



TITLE:

地域計画策定のための地域イメージの構造分析に関する研究(Dissertation_全文)

AUTHOR(S):

土井, 勉

CITATION:

土井, 勉. 地域計画策定のための地域イメージの構造分析に関する研究. 京都大学, 1997, 博士(工学)

ISSUE DATE:

1997-01-23

URL:

<https://doi.org/10.11501/3120392>

RIGHT:

②

地域計画策定のための地域イメージの
構造分析に関する研究

1996年3月

土井 勉

序

従来の都市計画においては土地利用計画や都市施設の整備に関して、機能整備を優先する計画論理が中心であった。これだけではどこの都市も同じような性格・姿となり、人々の都市に対する思い入れが排除されるおそれがある。また、今後わが国の総人口は停滞あるいは減少に転じることが見通される。さらに交通網の整備や通信技術が飛躍的に発達することが考えられ、こうしたことを背景に人口定着や交流人口を呼び込むための都市間競争が激しくなることが想定される。これからの都市が多くの人々を惹きつけ、高いポテンシャルを確保するためには、良好な都市環境の整備や利便性の追求に加えて、その地に住み、あるいは働くことを誇りにできる都市の個性や都市の魅力の形成が不可欠となる。

そのためには地域イメージを把握して地域の個性あるいはアイデンティティを重視した都市計画を考えることが、重要なテーマとなるのである。

個性豊かな地域の形成を行うためには、その地域に関する固有のイメージを如何に育成し、他の地域と同じようにならないためにはどうすればよいのかを考えることが重要な課題となる。そこで地域計画において、何に注目すれば地域の個性を育成するのに効果的かを把握するための研究に取り組むことが必要となる。特に人々の地域に対するイメージは一体何を構成要素とし、構成要素相互の間には如何なる関係があり、それらのイメージ上の評価を明らかにするための研究を進めることが望まれる。

本研究では都市全体のイメージから見れば、その一部を構成すると考えられる鉄道の沿線地域を取り上げ地域イメージの構造分析を行った。ここで鉄道の沿線地域を取り上げたのは、各鉄道沿線に沿って人々の日常的な生活は広がり、人々の意識の上で地域としてまとまりが形成され、固有の地域イメージが形成されていると考えたことによる。

地域イメージの構成要素については都市施設や自然などの物的なものだけを考えるのではなく、地域の歴史的・伝統的・土着の文化を認識し、その地の風土的心性をとらえることが必要であると考えられる。そこで本研究では物的なものだけではなく、地域の祭や歴史など社会的・文化的な事柄についても、地域イメージの構成要素として着目する。

これらの構成要素を用いて制限言語連想法により得られた各鉄道沿線の地域イメージ構造を比較分析することにより、地域計画に関する計画情報を把握することが可能となる。こうした本研究の方法は鉄道沿線地域以外の多様な地域イメージの構造把握にも用いることができるものと考えられる。

本研究で用いた地域イメージ構造把握の方法にもとづく具体的な計画への適用として鉄道沿線における都市開発事業や市街地再開発事業、駅前広場整備、連続立体交差事業など

ハードな施設計画だけでなく、サイン計画やイベントの実施などのソフトな計画にも適用が可能である。なお、ここでは地域計画におけるイメージ形成を促進する媒体（触媒）としての「物語」の必要性については問題提起的なものとなり実証的な検討を行う部分を残しているが、地域イメージの構造を定量的に把握し、これを地域計画に適用するため必要とされる方法論的あるいは実証的な研究の発展に多少なりとも寄与することができるなら、望外の喜びである。また、本研究を一里塚として、さらに一歩ずつでも地域イメージの研究を進めていくことと、それを計画策定に生かすことを筆者の今後の課題としたい。

筆者はこの研究を進めるにあたり、多くの方々からご指導とご助言を賜った。とりわけ、筆者が地域イメージの研究を志して以来、一貫して研究内容についての的確なご指導とご鞭撻を賜るとともに、風土工学という世界でも例のない研究分野を開拓され、独創的な発想や自由な考え方、情熱的な研究姿勢について学ばせていただいた京都大学名誉教授（現近畿大学教授）の佐佐木綱先生に対して、深甚なる謝意を捧げたい。

近畿大学理工学部教授三星昭宏先生には、本研究に取り組むきっかけをお作りいただくと共に具体的な研究内容についてご指導を賜った。また山梨大学工学部助教授西井和夫先生には本研究の内容について常に鋭い御示唆や討論の場を賜り、研究を進める上で大きな拠り所となるものであった。そして京都大学工学部教授飯田恭敬先生、同じく京都大学工学部助教授川崎雅史先生には、本研究に関する貴重な御示唆を賜るとともに学位論文作成について丁寧なご指導を賜った。これら諸先生方に深謝の意を表したい。

研究を遂行するにあたり共に議論に参加いただいた近畿大学理工学部助手北川博巳先生、阪急電鉄株式会社文化・技術研究所主任研究員木内徹氏、近畿大学大学院（現明石市）栄健一郎氏、山梨大学大学院三浦啓江氏、山梨大学工学部（現京王帝都電鉄）相本忍氏、同棚橋美佐緒氏、近畿大学理工学部阿品祐子氏には、資料整理や計算作業などについても多大なご協力を得た。深く感謝する次第である。また研究を進めるにあたり多くの貴重なご意見やご協力をいただいた筆者が勤務する阪急電鉄株式会社の先輩諸兄や友人に対しても心からの感謝を申し上げたい。

さらに、本研究における調査に快くご協力をいただいた多くの方々にも感謝の意を表したい。ご協力をいただいた方々の中には阪神・淡路大震災で被災された方もおられると思う。一日でも早くもとの状態に回復されることをお祈り申し上げます。

1996年3月

土井 勉

地域計画策定のための地域イメージの構造分析に関する研究

目次

第1章 研究の背景と目的	1
1.1 研究の背景	1
1.2 研究の目的と意義	9
1.3 研究の構成	13
第2章 鉄道沿線における都市開発と沿線地域イメージ	19
2.1 はじめに	19
2.2 郊外住宅地形成の背景	21
2.3 阪神間の郊外住宅地形成－阪神と阪急－	26
2.4 阪急による郊外住宅地開発の特徴	31
2.5 住宅地開発以外の沿線の事業	40
2.6 まとめ－沿線地域イメージの形成と生活文化の展開－	47
2.7 補節－阪神間以外の地域における関西の私鉄事業－	49
第3章 調査の枠組みと構成地物の抽出	55
3.1 関西5私鉄沿線における調査対象地域の概要	55
3.2 鉄道沿線地域における構成地物の抽出	59
3.3 調査の方法	62
3.4 サンプル概要	65
3.5 京王線沿線における調査概要	68
第4章 構成地物の想起率による沿線地域イメージの考察	71
4.1 構成地物の想起率と制限言語連想法	71
4.2 関西5私鉄沿線地域における想起率	75
4.3 想起率による沿線地域イメージの把握	82
4.4 計画要素として見た構成地物と沿線地域イメージ	90
4.5 まとめ	104

第5章 連想確率を用いた沿線地域イメージの考察	109
5.1 連想確率の定義	109
5.2 連想確率とイメージマップ	110
5.3 コト・モノの分類によるイメージマップ	127
5.4 地理的イメージマップ	132
5.5 特定の構成地物に着目した場合の連想構造	142
5.6 まとめ	148
第6章 SD法による沿線地域イメージに関する考察	155
6.1 沿線地域イメージの評価と構成地物の評価	155
6.2 SD法による構成地物法のイメージ	153
6.3 鉄道沿線地域のイメージプロフィール	158
6.4 因子分析を用いた沿線地域イメージの評価	180
6.5 まとめ	195
第7章 LOGMAPモデルによる鉄道沿線の地域イメージに関する考察	199
7.1 LOGMAPモデルとイメージ構造の分析	199
7.2 京王線の沿線間比較と沿線地域イメージの空間把握	202
7.3 関西5私鉄沿線を対象とした沿線地域イメージの構造分析	209
7.4 まとめ	227
第8章 地域イメージの総合的な評価と計画実現のための方法	231
8.1 地域イメージの構造把握手法に関するまとめ	231
8.2 各鉄道の沿線地域イメージとその形成方向	242
8.3 地域の個性化とイメージの形成	257
8.4 地域イメージ研究と新たなアプローチ	261
終章 結論	267
参考資料	

第1章 研究の背景と目的

第1章 研究の背景と目的

1.1 研究の背景

1.1.1 まちづくりにおける地域の個性化の必要性

現在の社会は、産業社会から新たな時代に転換しつつある。そのため、これまでの産業社会を支えてきた、画一化・効率化を重視した思想・思考だけでなく、次第にゆとりや他との差異化を求める指向が大きなウェイトを占めるようになってきた。これをアルビン・トフラーは、従来の日本の経済成長や社会の安定を支えてきた背景に表1-1-1のような10の優先事項(プライオリティ)の存在があったが、近年この優先順位が急速に変化しつつあり、しかもこの変化は不可避であると述べている¹⁾。

また、大久保昌一は従来の産業社会で重視されていたパラダイムが、ポスト産業社会では大きく変化し、経済においては生産性指向から創造性指向へ、思想においてはGNP至上主義から生活主義、地方行政の政策目標もシビルミニマムから地域個性マキシマムの重視に転換されつつあると述べている²⁾。

このような我々の社会を取り巻く時代の変化は、<まちづくり>の領域においても見られる。産業の振興などの施策に加えて、個性豊かな地域づくりの推進や地域のアイデンティティの確立が多くの自治体の「基本構想」・「基本計画」に位置づけられるようになってきた。例えば、大阪市が1990年に策定したマスタープラン「大阪市総合計画21」においても「個性あるまちづくりの視点」³⁾の重要性が強調されているのである。

これまでのような経済活動のサポートを中心とする社会基盤整備のような機能中心型の都市計画事業だけでは、経済原則やその思考にもとづく公共事業の枠組から逸脱はでき

表1-1-1 これまでの日本の10の優先事項¹⁾ ず、どの地域も同じような表情となるおそれがある。そのため、都市計画事業を行う

10の優先事項(トフラー)	
1	経済が第一
2	企業より国家(が重要)
3	個人よりビジネス
4	内需より輸出
5	中小企業より大企業
6	消費者より生産者
7	生活の質より製品の質
8	異質性より同質性
9	創造性より服従
10	女性より男性

ことにより地域の個性が失われ、結果的には人々の地域に対する思い入れも希薄になることが考えられる。これに対する補償として、多くの自治体が「ゆとり」や「うるおい」という言葉をキーワードとしてトフラーのいう優先事項の「経済が第一」ある

いは経済的な最適原理から転換して、大久保のいう生活主義を指向するようになってきたのである。そして、こうした指向を進めるためには地域の個性化を図ることが重要であると考えられているのである。

しかし、「ゆとり」や「うるおい」をめざして地域の個性化を図る場合に明確な指針がなければ、これまた画一的な「うるおいの町」となることとなり、地域の個性化を進めることはできないことになろう⁴⁾。したがって、地域の個性化をどのようにして進めていくのかについて、真剣に考えねばならない時代になりつつある。

さらに各都市において個性化が強調される背景には、近未来的にわが国で確実に起こると想定される人口の増加傾向から減少傾向への転換についての対応も考えられているように思われる。

1990年の国勢調査の結果、わが国の総人口は12,361万人であった。これをベースに厚生省人口問題研究所が推計を行った結果によると、合計特殊出生率が1.50を下回ることなどの影響をうけ2011年に13,044万人と総人口のピークをむかえ、それ以降の総人口は次第に減少することが想定されている⁵⁾。こうした全国レベルの人口の見通しが大枠である一方で、各都市は各々の行政課題に取り組むための将来の都市像と、その将来人口フレームを策定している。例えば、表1-1-2は大阪府・兵庫県・京都府が各々策定している将来人口のフレームと厚生省人口問題研究所による都道府県別将来推計人口⁶⁾の比較を示すものである。これより各府県の将来人口のフレーム値は将来推計人口値を20～40万人規模で上回ったものとして想定されていることがわかる。多くの都市で、程度の差はあるがこうした将来フレームの人口と将来推計人口値との格差が見られる。このため将来フレームに定めた人口を達成しようとする、必然的に都市間における人口の「争奪」が起こることになる。

こうした、いわば都市間競争の時代においては、他の都市と同程度の機能や施設を持つだけでは、都市の魅力やインパクトが乏しく、自らの都市の個性を明快に示すための戦略的な都市整備のあり方が望まれることになる。具体的に他の都市とは異なる点を明確な都

市像として人々に提示し、自らの個性をアピールし、それを例えば計画の与件としての自然環境の保全や、ランドマークの見え方（ヴィスタ）を確保した施設配置計画や、都市景観整備などの具体的な施策として実行することにより、それに賛同する人々を集めることができるようになるのである。

ここで地域の個性化とまちづくりについては、次の3つのケースが考えられる⁷⁾。

ケース①既存の都市における「らしさ」や地域イメージの保全・育成・促進

ケース②既存の都市における従来のイメージからの転換と、新たなイメージの形成

ケース③新たな都市開発における新たな地域イメージの形成

このうちケース①の既存の都市における「らしさ」の保全・育成・促進については、その地域のイメージ上の長所を伸ばすことが中心となり、地域に対する人々の思い入れを考えることが課題となる。先にも述べたように社会基盤整備の論理は、機能中心の整備を行うものであり、主に機能面から見た問題点・弱点に着目して、「最適原理」のもとでこれを是正する事業を行うものである。したがって、機能的にバランスのとれた地域を形成することが目的となる。このために、どの地域も同じような表情となるおそれがある。これに対して人々の地域に対する思い入れ、あるいは地域イメージに関して、その長所を伸ばすことを通して、地域の個性化を図ることが考えられる。既存の都市の多くがこのケース①に該当する。例えば「六甲山の麓に展開する、お屋敷町としての芦屋らしさを大切にしたい」まちづくりを考える場合などがこれに該当する。あるいは「小京都」などのような、具体的な地域イメージが既にある場合には、これをキーとしてまちづくりを考えることになろうが、こうしたケースも含まれる。

ケース②については、現状の地域イメージが決して良いとは言えない場合に、全く新しく地域イメージを形成する要素を持ってきたり、これまで地域に埋もれていた要素に対して別の角度から光を当てることにより、新たな地域イメージを形成し、地域イメージの向上を図るものである。例えば、阪神工業地帯の中心に位置し大気汚染・騒音公害などの印象が強い尼崎市では、近松門左衛門の墓がある縁を生かして歌舞伎やオペラの上演など舞台芸術のまちとして新たな地域イメージの形成を図ろうとしている。あるいは大阪商工会議所による大阪の都市格向上をめざす活動⁸⁾などもこれに含まれるものと考えられる。

またケース③については、都市開発で新たに誕生した住宅地について、良好な地域イメージをアピールすることによって、その価値を上げようとする場合などが該当する。あるいは、首都圏で計画されている常磐新線では、鉄道が敷設されることによって、沿線における新たな地域イメージ形成についての検討がなされている⁹⁾が、こうした場合も、

表1-1-2 将来人口フレームと推計人口

	1990年	2000年			出典
	実績値	各府県のフレーム値	人口研の推計値	フレーム値と推計値の差	
大阪府	873	920	879	△41	大阪府新総合計画(1991) 兵庫県2001年計画(1991) 第4次京都府総合開発計画(1991)
兵庫県	541	580	562	△18	
京都府	261	275～281	261	△14～△20	
合計	1,674	1,775～1,781	1,714	△63～△69	

単位：万人

このケース③に該当する。

本研究では、既存の地域イメージの構造把握を行うことにより、このうちのケース①について考えるものである。ここでケースの②や③についても、地域イメージの構造を捉えることにより、地域の個性化の方向を探るという点ではケース①の検討が基本になると考えられる。

1.1.2 地域の個性と地域イメージ

地域の個性とは何か。

地域の個性は、その地域を構成する要素である山・川・気候などの自然をはじめ、人口、人口の男女比や年齢構成、産業、文化、歴史、祭、道路や公園などの都市施設、交通条件、地域の人々の人情、気質など数多くのものから成り立っているものと考えられる。しかし、これだけで地域の個性とは何かを語ることは難しい。

そこで、地域の個性の考え方について視点を整理するために、他の人に人物紹介を行う



図1-1-1 個性の層

例えば、表1-1-4に示すものは

表1-1-3 人物と都市のプロフィール（個性）の関係について

	人物紹介	地域概要
表層	① 骨格的 ・彼は身長170cm、体重65kg、長髪で眼鏡、… ・彼は40歳、妻と二人の子供と、…	・人口、面積、…
基層	② 機能的 ・彼は土木構造物の設計をA社で15年… ・彼は休日を地域活動のボランティア活動に… ③ 得意分野 ・彼は数学は得意だが、家庭科は苦手… ・彼はテニスがうまく、かつては高校総体で…	・工業出荷額、商業販売額、… ・文化財、イベント（祭）、…
深層	④ 景観的 ・彼は俳優のBに似た好男子で… ・彼は日に焼けたスポーツマンで… ⑤ 意味的 ・彼は男性的で、明るく、… ・彼は礼儀正しい、ジェントルマンで… ⑥ 心的評価 ・彼は物静かであるが、正義感が強く… ・彼はプラス指向で逆境に強く…	・歴史的町並み、白砂青松、… ・賑やか、モダンな、… ・心の故郷、人を魅惑する…

「週刊ダイヤモンド」誌1995年8月12・19日合併号掲載の「95年版ニッポン全686都市ランキング」であるが、ここで用いられている27指標はすべて①骨格的と②機能的プロフィールに該当するものであると考えられる。こうした指標により、定量化したデータを用いて都市の相互比較を行っているのである。

しかし、これだけでは地域の個性を把握したことになるのは明かであろう。むしろ地域の個性という場合には③得意分野から⑥心的評価に及ぶ基層から深層に関わるプロフィールと関係があるように考えられる。実際⑤の意味的プロフィールについては、SD法（Semantic Differential Method—意味測定法）

のイメージ評価と似たものであるし、さらに、⑥心的評価については、より深層の意識から個性に係わるものと考えられる。

人柄であれ、地域の場合であれ、こうした深層の意識と係わるものを含めることにより、その人物の人柄や地域の個性が見えてくるように考えられる。

このような人の心の中に形成されるプロフィールが通常イメージといわれるものと対応しているものと考えられる。イメージとは「広辞苑（第4版）」では「心の中に思い浮かべる像、心象。姿。形象。映像」と簡潔に説明されている。イメージ自体は人物評価や地域と関連するだけでなく、企業イメージや商品イメージというような使われ方をするように、ある実態に対する心的な評価に関わるものであると考えることができる。地域の実態と評価と、そのイメージの関係については図1-1-2に模式的に示すような関係があるように考えられる。

したがって、こうした地域に関するイメージの把握を通して、地域の個性を考えることができる。

これについて、大久保昌一は地域イメージと地域の

表1-1-4 都市ランキングの27指標⁹⁾

都市ランキングの指標
持家世帯比率
世帯当たり延べ住宅面積
1000人当たり小売業商店数
1000人当たり医師数
1000人当たり都市公園面積
公共下水道普及率
住宅地最高地価
1人当たり預貯金額
1人当たり小売業年間販売額
1人当たり製造品出荷額等
労働力人口比率
5年間人口伸び率
生産年齢人口伸び率
小売業年間販売額伸び率
製造品出荷額伸び率
着工建築物伸び率
DID人口伸び率
人口
10年間人口伸び率
1人当たり所得額
農家1戸当たり生産農業所得額
人口1000人当たり病床数
住宅着工床面積
1000人当たり自家用小型乗用車登録台数
1000人当たり飲食店数
1人当たり飲食店販売額
小売業売り場面積

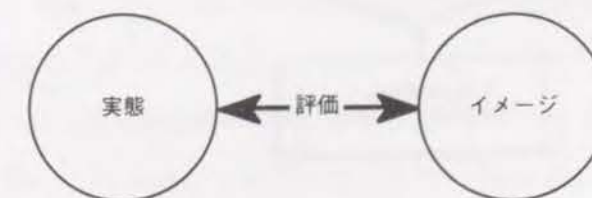


図1-1-2 地域の実態と評価とイメージの関係

アイデンティティ（個性）形成に関して次の4段階のプロセス（図1-1-3）が必要であるとしている¹¹⁾。

①の段階では、歴史的・文化的伝統あるいは風土的・自然的な条件や社会経済的な条件などから導き出される、その地域の特色の把握を行う。これについては少なくとも近隣を他の含む地域との比較検討作業を行うことによって、明らかになるとしている。

次に②の段階においては、市民の希望や願望は通常明確な形をとらないものが多く、こうした無定形な願望にはっきりとした形を提示することが必要であるとしている。

さらに③の段階では、これまでに抽出された地域の特色や市民の願望が、今後見通される時代の潮流に適合するかどうかの検討を行い、最後に以上を踏まえて④の段階で、これまでの検討結果を地域のイメージとして明快な形をもって示し、これらを統合したシンボルやヴィジョンに昇華させることが必要であると述べている。

本研究においても、基本的にこの大久保の問題意識を共有し、地域イメージに関して、如何なる要素によって形成されているのか、そして、その評価はどうのようになされているのかを把握することをめざしている。したがって、図1-1-3によれば主に①から②の段

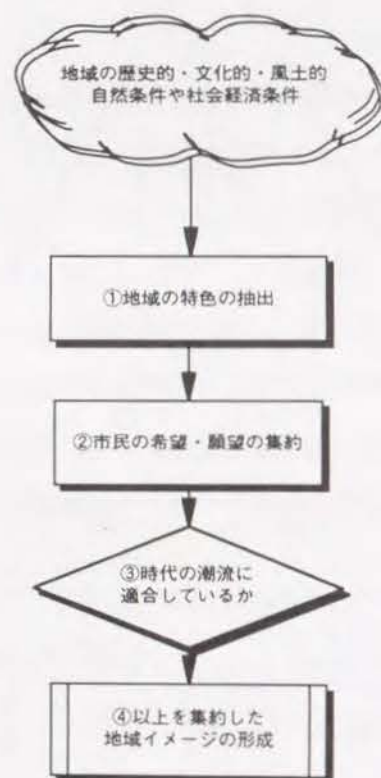


図1-1-3 大久保のアイデンティティ形成の4段階〔文献11〕をもとに土井作成〕

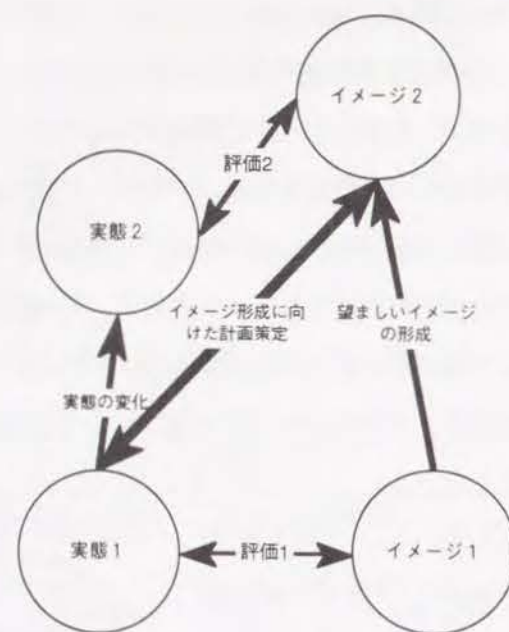


図1-1-4 実態とイメージと計画の関係

階についての検討・考察を行うものと位置づけることができる。

これを地域の実態とイメージと計画の関係について模式的に示せば、図1-1-4のように、現在の地域の実態（実態1）とイメージ（イメージ1）の関係から、望ましいイメージ（イメージ2）に向かって実態を変える計画を行うことにより、新たな地域の実態（実態2）が形成され、ここで新たなイメージと実態の関係ができる。実際には新たなイメージ2は、計画目標としたイメージとは異なる場合も多くある。この場合、さらに目標に向かって計画を行ったり、目標とするイメージが変更され新たな計画の策定が行われることが考えられる。

1.1.3 地域イメージについての既往研究

地域イメージの研究については、既に多くの蓄積が存在する。また、その研究の成果は都市景観や地域の個性化に向けた計画論として次第に実践の場にも登場しつつある。こうした地域イメージに関する既往の研究を概観し、本研究の位置づけを明確にする。

わが国における都市空間におけるシンボルの解析と、その構成要素についての取りまとめた初期的な労作に1963年に出された建築系の都市デザイン研究体による「日本の都市空間」¹²⁾がある。これは建築的な空間を越えて、都市におけるシーケンスなどを対象に空間構成についての手法を整理したものである。これ以降も建築的な空間から、広く都市空間に対する認識や構成あるいは都市のイメージの解釈についての研究は、都市の多様性を追求したJ.ジェコブス¹³⁾、ラスベガス为例に建築における連想作用と都市のイメージについての考察を行ったR.ヴェンチャー¹⁴⁾、都市の構成要素についての整理を行ったC.アレクサンダー¹⁵⁾、美的な街並み空間の形成方向を提示した芦原義信¹⁶⁾、人の深層意識と都市空間の関係を読み解こうとした槇文彦¹⁷⁾、地形や都市形成の歴史と現在の都市空間の関係を明らかにした陣内秀信¹⁸⁾など「都市論」としても話題になったものが含まれる。

こうした建築系の研究と近接してはいるが、都市における道路や河川をはじめとするインフラストラクチャを中心にした都市計画の分野における地域イメージの研究は、K.リンチの「都市のイメージ」¹⁹⁾に始まると考えられる。

リンチは都市のイメージ形成に大きく関係する都市空間における諸々の物的要素を①パス（path）、②エッジ（edge）、③ノード（node）、④ディストリクト（district）、⑤ランドマーク（landmark）の5つの構成要素に整理を行っている。このリンチの研究は地域イメージ研究に大きな影響を及ぼし、わが国でも例えば河川景観について、広島市を対象

にリンチの5つのイメージ構成要素によってイメージマップの作成を行った中村良夫・北村眞一²⁰⁾の研究や、学校の校歌の歌詞を素材にリンチの方法を応用して京都市のイメージ分析を行った橋爪紳也²¹⁾や同じく校歌を素材にしているが伊勢平野の3都市を対象とする北原理雄²²⁾の研究など、現在も広い分野で多くの研究に活用されている。

また商業地としての駅前地区において、リンチと同様に物的な構成要素を対象とするイメージの研究を志水英樹²³⁾は「街のイメージ構造」で行っている。志水は、この中で商業地のイメージ形成に大きく関係する物的環境要素をキーエレメントと呼び、これについての想起プロセスを通して街の構造の認知についての考察を行っている。

こうした志水の研究方法と共通したものに、自治体に対してイメージアップを行う方策を考えることを目的にした石見利勝²⁴⁾らの研究がある。

このように地域イメージ研究は対象とする地域、地域イメージの構成要素のとらえ方などについて多くの蓄積が生まれつつある。

ただ、こうした研究において地域イメージの構成要素としては、自然環境に属するものやインフラストラクチャーなど都市施設に含まれるものなど物的なものにウェイトが置かれている。これは、地域イメージ研究のアウトプットが直ちに設計レベルに利用される場合については、その操作可能性が重要であり、物的構成要素を中心に考えることが多くなるものと考えられる。

近年では物的構成要素だけでなく文学²⁵⁾や歌謡曲²⁶⁾などを素材とした景観研究や、近藤隆二郎²⁷⁾のようにイベントから環境イメージを考える研究なども行われるようになってきた。

こうした地域計画における分野別の計画とは別に、佐佐木綱²⁸⁾、西井和夫²⁹⁾らは、地域をとらえるための計画論として、その固有性や独自性を発見するためには、物的な要素をとらえるだけでなく、地域の歴史・伝統的・土着的な文化を認識し、その地における風土的心性の把握が必要であるとして、それを「風土分析」と名付けている。地域の個性化を考える場合に必要とされるこの発想は、図1-1-3において大久保が示した地域のアイデンティティ形成の段階とも共通しているように思われる。

風土分析的手法により地域イメージの形成について取り組んだものに、地域の構成要素を男性性・女性性の視点から考察した佐佐木³⁰⁾、地域イメージの構成要素に対して言語連想法を用いてその構造分析を行った西井ら³¹⁾、メディアによるイメージ形成の視点からの考察である川崎雅史³²⁾、地域に根ざした伝説や民話の考察を行った竹林幹雄ら³³⁾の研究が生まれつつある。

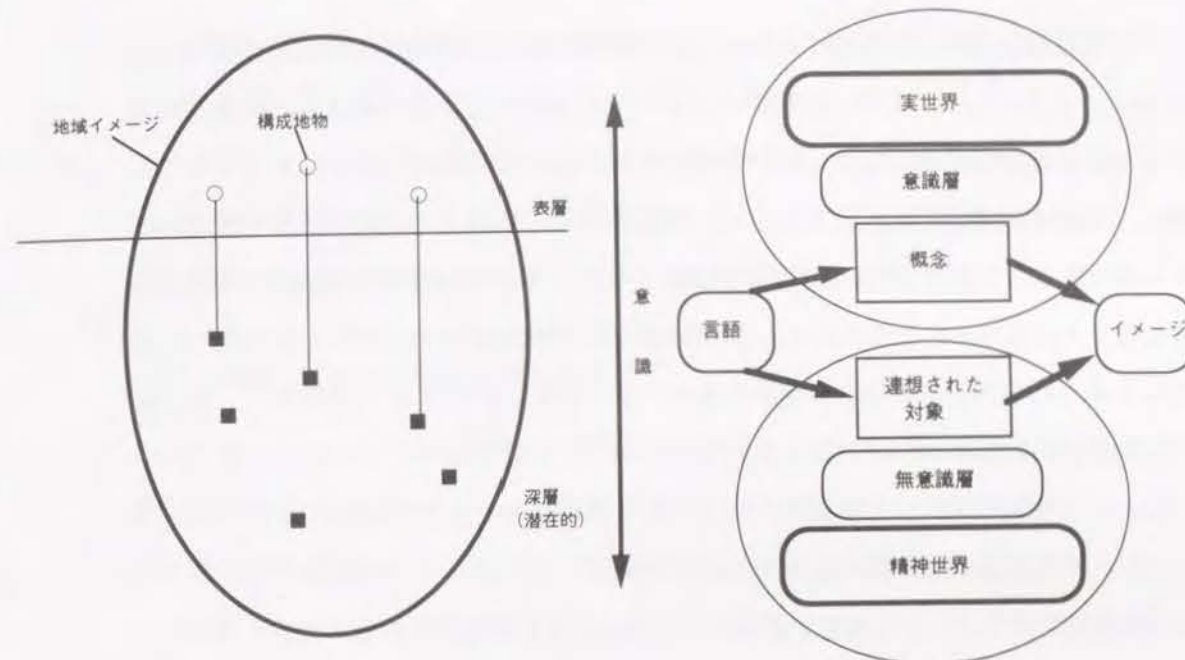


図1-1-5 地域イメージと構成地物

図1-1-6 言語とイメージ形成過程のとらえ方³⁴⁾

こうした風土分析研究の背景にある考え方としての地域イメージは、地域における諸々の構成要素（ここでは地域イメージを構成するものという意味で構成地物と呼ぶ）に対する総合的な心象とするものである。ただ、図1-1-5に示すように我々が通常把握できるものは、この中でも顕在化した構成地物と地域イメージの関係であるが、実際は人々の心の深層には、さらに多くの潜在的なイメージの構成要素があるものと考えられる。こうした潜在的な地域に対する思いは、例えば民話などに伝承されていることが考えられ、こうした視点から伝説や民話に対する研究が行われているのである。

また、言語とイメージとの関係について西井は図1-1-6に示すように、ある言語に対するイメージは、その言語の意味する実世界上の規定概念によって意識レベルのイメージ規定要因が決まる面と、その一方で言語から連想される物や対象が内的な精神世界上に現れて無意識レベルのイメージが形成されると考えられると述べている³⁴⁾。

1.2 研究の目的と意義

1.2.1 研究の目的

本研究では、先に述べた風土分析的な視点から地域イメージの構成要素に社会的・文化的活動なども取り込み、地域の個性化に向けた計画のあり方を考えるために、地域イメージの構造について考察することを目的としている。

ここでは地域イメージを把握する方法として西井らにより開発された制限言語連想法³⁵⁾を用いることにした。これは佐伯胖の「近年の認知科学の発展によって、記号の世界とイメージ世界を行き来して、人間が物事を理解していることが明らかになってきた」³⁶⁾という認識を背景として、記号としての言語を用いて地域イメージの構造の把握を目指すものである。言語と空間の実体との関係について、齊藤潮は景観について美的な実体に対してコトバを与えることにより、その美的枠組みが外在化され、それに的を絞って眺められるようになり、その保存・継承も具体的な手がかりができる³⁵⁾と指摘し、言語を媒体として空間的なイメージが形成されることを明らかにしている。

このように地域イメージを構成する要素である構成地物としての言語は、図1-1-4に示すように、それ自身が個々のイメージを持っている。したがって、本論文ではこうした個々の構成地物のイメージを把握することにより、それらの集合体である地域イメージについての考察を行うことを意図するものである。

ここで地域イメージと関連づけて用いる言語の内容については、佐佐木らの提唱する風土分析的な視点から、都市施設や交通施設のような物的なものだけでなく、その地域の歴史・文化や産業社会的な事柄についても把握できるように考えた。

さらに、地域イメージの構造の共通性と固有性の両面を明らかにすることを意図して、制限言語連想法に用いる名詞については普通名詞と固有名詞の二種類を本研究では用いることを考えた。

また本研究で地域イメージを考察する対象とする空間的な広がりについては、鉄道沿線地域とすることとした。

これは大都市近郊においては、人々の実体的な生活の広がりや意識上のまとまりが鉄道沿線に連担して存在するように考えられるからである。わが国の大都市近郊の都市開発の多くは鉄道沿線において行われ、通勤通学をはじめとする日常的な活動の多くが鉄道を利用することになり、恒常的に鉄道の沿線地域という意識が刷り込まれているように考えられる。

通常は地域という場合、典型的には市区町村単位を考えるように、集合・分割はあるが何らかの行政単位による面的な広がりを考えることが多い。しかし、ここで鉄道の沿線地域に着目するのは、先に述べたような意識上、行動上のまとまりが行政境界をこえて存在すると考えるからである。例えば同一の市内に複数の鉄道路線がある場合に、各沿線ごとに地域の個性は異なることが考えられ、行政単位で地域イメージを考えることと共に、各鉄道沿線ごとに自治体横断的に地域イメージを考えることも望まれる。具体的には沿線開

発や再開発、鉄道の連続立体交差事業などを行う場合には、こうした鉄道沿線における地域イメージの考え方は重要となる。

このように、鉄道の沿線地域について、生活や意識上のまとまりがあるように考えられるが、現在のところ、地域イメージを考察する切り口として鉄道沿線地域に着目した研究がなく、本研究がその第一歩をなしているものと考えられる。

1.2.2 地域イメージ研究の意義と本研究

既に述べているように都市計画・地域計画において、その地域の個性化を促進するためには、その地の地域イメージを明らかにすることが必要となる。本研究では、こうした地域イメージの構造を明らかにし、その把握を行うための方策を考えるものである。こうした地域イメージ研究が都市計画・地域計画の各段階において果たす役割を考える。地域イメージ研究と都市計画・地域計画との関係を整理するために、表1-2-1にはマスタープランから、個別の造形計画にいたるまで5段階を示している。この各段階における地域イメージと計画内容との関係について述べる。

総合計画などのマスタープランに対して地域イメージ研究は、行政単位や地域の全体として、望ましい地域イメージとしての将来の都市像を明らかにする機能を果たすことになる。そして、この都市像を実現するために、如何なる事業を進め施策を実施していくのかについて、その方向を具体的に明らかにする役割も果たすことになる。全体の施策に対する総事業費という限定されたパイについて、その切り方のコンセンサスを得るためにも地域イメージ＝都市像は明確にされることが必要となる。

個別施設計画の段階において、地域イメージ研究の果たす機能としては、従来漠然と地域のイメージと考えられていたものについて、具体的な構成要素を明示することにより、地域の個性化を促進することが可能となることである。都市計画事業などは基本的に機能本位で進められる。それに対して、計画段階から地域の固有性を具体的に提示することから、地域の個性を壊さず、あるいは促進していくため方策を明らかにすることが望まれ

表1-2-1 都市計画・地域計画の計画段階

計画段階	具体例
1 マスタープラン	総合計画
2 個別施設計画	道路、公園、駅前広場、再開発 区画整理、商店街再生、住宅地開発
3 景観計画	ゾーニング、景観形成ガイドライン
4 施設設計	道路断面構成、公園設計、橋梁設計
5 造形設計	建築物、植栽、彫刻

る。地域イメージの研究はこうした局面において大きな示唆を与えるものとなる。例えば、道路計画における「山当て」などを行う場合がこれに該当する。

景観計画と地域イメージ研究との関係は、各計画段階の中でも最も大きいと考えられる。地域の個性の具体的な表現として景観は重要な手段である。例えば地域イメージ研究から見出された、構成要素はデザインのコードに反映される。この結果は山の稜線の見え方は守る、特定の川から25m以内は高度規制を厳しくするなどの内容を有する景観条例や街並み環境整備事業などの施策に反映されることになる。

施設設計において地域イメージ研究の成果は、海の色を連想させるブルー、山の緑、伝統的建造物群における聚楽色などのように施設のカラーコーディネートをを行う際に活用されていることはよく知られている。あるいは、設計の考え方や様式の決定についても地域イメージとの関係が重要となる。例えば、サウンドスケープの考え方を取り入れた橋梁の設計や阪急電鉄宝塚駅の施設デザインをスパニッシュコロニアル様式などを採用することにより、地域のランドマークとすることなどもこれに該当する。

パブリックアートなどの造形設計と地域イメージ研究との関係については、例えば、その地域における固有性に関して強調すべきポイントの提示は可能となるが、それ以上の造形・デザインについては「作家」の感性と力量に委ねられることになる。

以上のように計画の各段階に応じて地域イメージの研究は重要な役割を担うことになるのである。従来から、こうした各計画段階において、地域の個性や固有の地物についての重要性についても把握され、計画要素としても考えられていた。ただ、各計画段階で個別に、あるいは地域に思い入れを持った人々の努力で、これが支えられていたのである。地域イメージ研究はこうした積み重ねについて、計画の各段階に活用できるような一貫性と、地域の固有性把握に対する方法論を提示するものであるといえる。

このような地域イメージ研究において、特に本研究の有する特徴として次のような点がある。

- ①地域イメージを把握する対象地域として、行政境界を越えた鉄道の沿線地域としたこと。また、複数の鉄道沿線地域について比較検討を行ったこと。
- ②鉄道沿線における地域イメージ形成の背景と考えられる、鉄道敷設時代の都市開発の歴史についても考察を行ったこと。
- ③地域イメージを構成する要素について、物的なものだけでなく、社会文化的な事柄についても対象としたこと。また、言語連想において、用いる名詞を固有名詞だけではなく普通名詞についても利用し、沿線地域イメージの固有性と普遍性についての把握を試

みたこと。

- ④地域イメージの形成を促進する媒体としての「触媒」についてもコメントを行う。

1.3 研究の構成

本研究の構成は図1-3-1に示す通りである。論文自体は8章構成であるが、これは大きく3つに分けることができる。

一つは本論文の第2章に該当する部分であるが、これは鉄道沿線地域の形成についての歴史的な考察であり、本論文で地域イメージ考察の対象として取り上げた、鉄道の沿線地域についても、鉄道会社による住宅地の開発、テーマパークの開設やイベントの開催など

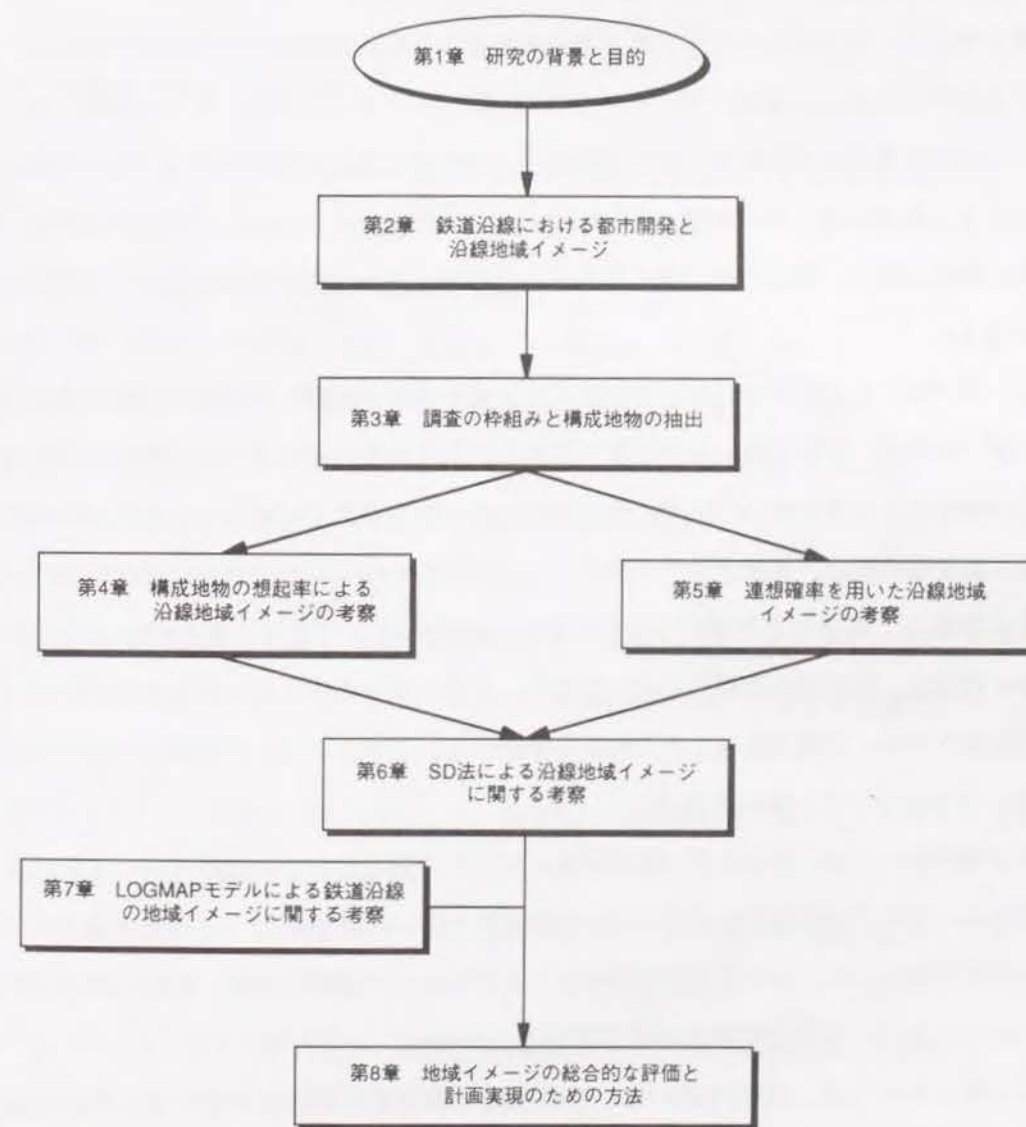


図1-3-1 本研究の構成

の事業を通して地域的なまとまりが形成されてきたことを論証したものである。

二つ目は、第3章から第7章までに該当するものであり、各鉄道沿線地域を対象として、沿線の地域イメージの構造に関して調査データにもとづき想起率、連想確率、SD法によるイメージ評価、LOGMAP手法を用いた分析考察を行っており、本論文の中心をなすものである。

三つ目は第8章に該当するものである。ここでは、各章において用いた各手法のとりまとめを行い、これからの各鉄道沿線地域の個性化を形成するための方向付けについてのコメントを述べた。さらに沿線地域イメージの形成を促進するものとしての「物語」の必要性について考え、今後の研究の展望を述べたものである。

以上のような構成をもとに、本論文における各章の位置づけを述べる。

第2章では、前述のように主として阪神間における私鉄が敷設された時代を中心に、郊外住宅地開発と宣伝の実施、テーマパークの開設、イベントの開催、学校の移転、ターミナル百貨店の開設などと生活文化の形成過程についての歴史的な考察を行うものである。このような鉄道沿線における諸々の事業は、人々に鉄道をインフラストラクチャとする生活の展開を促し、鉄道沿線に関して共通した地域イメージの形成がされることになったのである。

第3章では、大阪市を中心として放射状に形成されている阪急神戸線、近鉄奈良線、南海本線・高野線、京阪本線、阪神本線の5鉄道沿線を対象に各鉄道沿線における中核的な都市の職員のうち各沿線の在住者、及び沿線在住の学生を調査対象者として行った調査の概要と調査票の設計、各鉄道沿線の概要について紹介を行うものである。また、これらの調査に関連して東京の京王線についても類似の調査を行っており、その紹介も行う。

第4章では、制限言語連想法で見出だされた普通名詞と固有名詞の想起率をもとに、各鉄道沿線のイメージ構成要素とその特徴を考察する。このために、想起率についての分類整理の方法についても検討を行う。

第5章においては、普通名詞・固有名詞それぞれの間において、地域イメージと関連して如何なるつながりがあるのかについて連想確率を用いた考察を行う。連想確率とは、ある名詞を対象に、いかなる名詞を連想するのかについての確率である。また、こうした連想の広がりから、各鉄道沿線地域の空間的な広がりについても把握する。

第6章においては、SD法を用いて、普通名詞・固有名詞の評価構造を通して各鉄道の沿線地域イメージを考察する。また、因子分析を行い、主要な評価軸を求め、これを軸とした空間上に普通名詞と固有名詞を布置することにより、沿線地域の個性化の方向につい

ての示唆を得る。

第7章においては、イメージ上の類似度を用いて知覚マップを作成する手法である多次元尺度法（LOGMAPモデル）を用いて、各鉄道沿線における地域イメージの構造把握についての考察を行う。同時に、地域イメージ研究におけるLOGMAPモデルの今後の展開方向についてコメントする。

第8章では、これまでの各章における考察を取りまとめ、今後の研究の課題を整理するとともに、ここで見いだすことができた各鉄道沿線の地域イメージの形成方向についてコメントを述べる。さらに、地域イメージの形成に関する研究の展開方向として、イメージ形成を促進する媒体としての「物語」についての考え方を述べる。

第1章参考文献

- 1) アルビン・トフラー：崩れた日本の成功条件，日本経済新聞，1993年8月11日朝刊。
- 2) 大久保昌一：街づくりわたしの視点，日経流通新聞，1994年。
- 3) 大阪市：「大阪市総合計画21」，pp.3，大阪市，1990。
- 4) 佐佐木綱：都市・地域計画と風土，新都市，No.42，pp.23～30，1988。
- 5) 厚生省人口問題研究所：「日本の将来推計人口」，厚生統計協会，1992。
- 6) 厚生省人口問題研究所：「都道府県別将来推計人口」，厚生統計協会，1992。
- 7) 都市環境デザインフォーラム・関西・イン西宮「まちとアイデンティティ」（1995年）における鳴海邦規教授の発言をもとに土井により整理。
- 8) 大阪商工会議所企画委員会：「大阪の都市格向上を目指して」，大阪商工会議所，1994。
- 9) 運輸経済研究センター：「コミュニティ駅の施設機能の方向性と整備手法調査報告書」，運輸経済研究センター，1995。
- 10) 週刊ダイヤモンド編集部：95年版ニッポン全686都市ランキング，週刊ダイヤモンド1995年8月12・19日合併号，pp.43～59，1995。
- 11) 大久保昌一：都市とアイデンティティ，都市問題研究第45巻第3号（通巻507号），pp.3～19，都市問題研究会，1993。
- 12) 伊藤ていじ他：日本の都市空間，建築文化1963年12月号，のち都市デザイン研究体：「日本の都市空間」，彰国社，1967。
- 13) J.Jacobs：The death and life of great American Cities，Random House，1961。〔黒川紀章訳：「アメリカ大都市の死と生」，SD選書118，1977。〕

- 14) R. Venturi et al : Learning From LAS VEGAS, The Forgotten Symbolism of Architectural Form, MIT Press, 1977. [石井和紘・伊藤公文訳：「ラスベガス：建築の形態における忘れられた象徴主義」, SD選書143, 1978.]
- 15) C. Alexander et al : A Pattern Language, Oxford Uni. Press, 1977. [平田翰那訳：「パターンランゲージ」, 鹿島出版会, 1984.]
- 16) 芦原義信：「町並みの美学」, 岩波書店, 1979.
- 17) 槇文彦他：「みえがくれする都市」, SD選書162, 1980.
- 18) 陣内秀信：「東京の空間人類学」, 筑摩書房, 1985.
- 19) K. Lynch : The Image of the City, MIT Press, 1960. [丹下健三・富田玲子訳：「都市のイメージ」, 岩波書店, 1968.]
- 20) 中村良夫・北村眞一：都市における河川景観計画に関する方法論的研究, 第2回土木計画学研究発表会, pp.37~60, 1980.
- 21) 橋爪紳也：京の景観構造—校歌にうたわれた「環境」を読む, 木野評論25, pp.22~25, 1992.
- 22) 北原理雄：校歌に謳われた都市の景観構造に関する研究—伊勢平野の3都市を事例に—, 日本都市計画学会学術研究論文集No.25, pp.673~678, 1990.
- 23) 志水英樹：「街のイメージ構造」, 技報堂出版, 1979.
- 24) 石見利勝・田中美子：「地域イメージとまちづくり」, 技報堂出版, 1992.
- 25) 池田朋子・大貝彰：高山の地方文学賞受賞作品に書かれた都市景観に関する研究—文レベルの分析を通じて—, 日本都市計画学会学術研究論文集No.29, pp.601~606, 1994.
- 26) 島見伸次・仲間浩一・岡田昌彰：歌謡曲の情景描写からみた駅空間のイメージに関する基礎調査, 日本都市計画学会学術研究論文集No.29, pp.589~594, 1994.
- 27) 近藤隆二郎：「環境イメージの発達過程における役割行為の意義と効果に関する基礎的研究」, 大阪大学環境工学科学学位論文, 1994.
- 28) 佐佐木綱：「風土とまちづくり（その第一歩）」, 技術出版, 1990.
- 29) 西井和夫：地域イメージとその構成に関する風土分析手法, 土木計画学研究・講演集No.14(1), pp.213~220, 1991. / 西井和夫・佐佐木綱：風土分析にもとづく都市・地域計画の新たな展開, 土木計画学研究・講演集No.15(2), pp.143~147, 1992.
- 30) 佐佐木綱：「女らしさ・男らしさ 計画の視点より」, 淡交社, 1988.
- 31) 西井和夫・鈴木康仁・古沢経夫：地物の類似度に着目した地域イメージ構造分析；甲府と東山梨への適用, 山梨大学工学部研究報告No.42, pp.105~114, 1991.

- 32) 川崎雅史：「都市景観のメディアイメージに関する研究」, 京都大学学位論文, 1992.
- 33) 竹林幹雄・東徹・田名部淳：伝説に現れる空間把握に関する基礎的研究, 日本都市計画学会学術研究論文集No.28, pp.589~594, 1993. / 佐佐木綱・堀田治・竹林幹雄：文学を利用した地域計画に関する考察, 土木計画学研究・講演集No.12, pp.143~149, 1989.
- 34) 前掲31)
- 35) 佐伯胖：「コンピュータと教育」, 岩波新書, 1986.
- 36) 齊藤潮：イメージとコトバも景観論, 都市計画No.196, pp.19~23, 1995.

第2章 鉄道沿線における 都市開発と沿線地域イメージ

第2章 鉄道沿線における都市開発と沿線地域イメージの形成

2.1 はじめに

鉄道の敷設が始まって以降、わが国の大都市の周辺における都市開発の多くは、都心から放射状に形成される鉄道路線の延伸とともに行われてきた。こうした都市型の鉄道および、それが主体となった都市開発は、当該沿線を中心として地域の社会経済活動を支えるインフラストラクチャ機能の強化を行なうとともに、広く生活文化における新たな活動領域の場を提供してきた。

特に、明治中～後期の私鉄の敷設は、交通施設の充実を促しただけでなく、それに続いて開始された沿線の郊外住宅地の開発やテーマパークの建設をはじめとする数多くの活動を通して沿線の都市化を促進することとなった。同時に、これらの事業は、当時の社会に新たな生活文化＝ライフスタイルの息吹を吹き込み、人々の日常生活を大きく変えるものでもあった。

例えば竹村民郎¹⁾は19世紀末葉の欧米社会や20世紀初頭の日本において、電気鉄道の発達、単に経済の諸関係だけでなく、ひろく文化、生活、レジャーなどを包摂した「交通文化圏」を形成し、都市の市民相互のコミュニケーションに加えて、情報、文化に関するコミュニケーションの多様化を一段と発展させるモーメントになったと述べている。

こうして鉄道を軸とする沿線開発は、その鉄道が敷設された時代背景や、沿線開発のコンセプト等が反映され、その沿線に特有の地域イメージが形成されることになったと考えられる。例えば関西の鉄道を取り上げて、そのイメージについて考察したものに、木下栄蔵ら²⁾の研究がある。これは大阪市から放射状に敷設された鉄道とそのターミナルの男性性・女性性イメージに着目したものである(表2-1-1)。これによれば、阪急が最も女性的で、国鉄(調査当時の呼称、現在はJR西日本)と阪神が特に男性的であるというように、鉄道によって持たれるイメージに大きな差のあることがわかる。また、こうしたイメージに影響すると考えられる要素の中では「車内の乗客のイメージ」の影響が大きいとされている。車内の乗客が持つ雰囲気は沿線の居住者や土地利用が関係すると考えられる。したがって、沿線の地域イメージが乗客を通して鉄道のイメージに影響をしているように考えられる。

次に、図2-1-1は「一度は住んでみたい鉄道沿線」について大阪市に勤務する会社員・OL150人に対するアンケート調査の結果³⁾である。阪急の各沿線とJR神戸線の回答率が高

い。中でも阪急神戸線がずば抜けて高い回答を集めていることが注目される。ここで阪急神戸線、JR神戸線、阪神本線は大阪市―神戸市間の各都市において並行した路線を持ち、狭いところでは約1.2kmの幅の中にこれら3線が敷設されている。しかし、それぞれの鉄道に対して持たれているイメージはかなり異なっていることがわかる。このことから、同じ行政区域の中を通る路線についても、鉄道沿線ごとにそれぞれ独特の地域イメージが形成されていることが理解される。

本章では、こうした鉄道沿線の持つ固有のイメージの形成過程を把握するために、主として阪急を中心に関西における鉄道敷設と連動して各鉄道事業者が企業活動として取り組んだ都市開発をはじめとする多様な事業が、結果的には沿線を中心とする人々に近代的なライフスタイルの形成を促し、それが鉄道沿線の地域イメージの形成に寄与することとなったことを考察する。

表2-1-1 鉄道の女性性・男性性イメージ²⁾

	全体	乗客イメージ	インテリア	車両の外観	駅	景観	企業イメージ
国鉄	1.958	1.553	1.702	1.809	1.809	1.298	1.702
阪急	-1.380	-1.660	-1.340	-0.500	-1.440	-1.500	-0.780
阪神	1.477	1.500	0.750	0.977	1.295	1.614	1.705
京阪	-0.591	-0.186	-0.442	-0.205	0.295	-0.227	-0.273
南海	1.214	1.429	1.024	0.643	0.881	0.762	0.801
近鉄	0.891	1.022	0.600	0.467	0.822	0.200	0.933
順位係数		2.321	3.981	3.830	3.623	3.792	3.404

注) 最も男性的を+3、最も女性的を-3、どちらでもないを0としている。なお、順位係数の欄は各鉄道イメージに影響すると考えられる要素について回答された重要度の順位の平均値である。

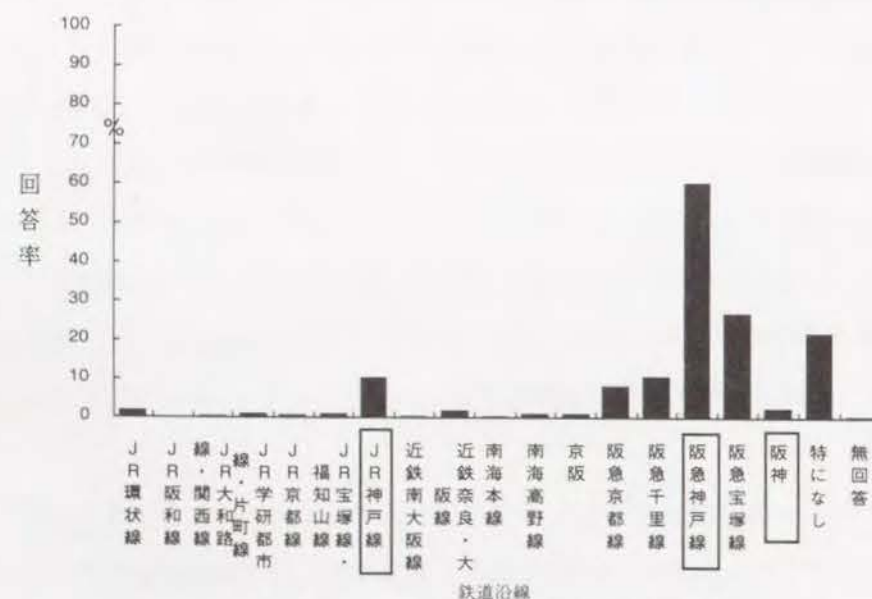


図2-1-1 一度は住んでみたい鉄道沿線³⁾

2.2 郊外住宅地形成の背景

既に多くの研究が指摘しているように関西は、首都圏に先駆けて私鉄の敷設が進み、同時に郊外住宅地の開発も先行した⁴⁾。

特に、阪急電鉄の前身である箕面有馬電気軌道（箕面電車、後に阪神急行電車→京阪神急行電鉄→阪急電鉄と改称し、現在にいたる。以下全時代を通じて「阪急電鉄」あるいは「阪急」と略称する）は、1910（明治43）年に梅田―宝塚・箕面間（現在の宝塚線）の開通を行ったが、沿線には大きな集落や多くの人を集める名所に乏しく、鉄道経営としては苦戦が予想された。

そのために鉄道経営を支える目的で、沿線における大規模な郊外住宅地の開発を行い分譲事業による収益を確保するとともに、沿線人口を増やし、安定的な鉄道利用者の増加を図ったのである。また住宅地開発による鉄道利用者の増加だけでは、鉄道経営を支えることが困難であるために、同時に箕面における動物園の開園や宝塚における新温泉の開設などテーマパークの開設を行い、安定的な鉄道利用者の増加を図った。

こうして新たに生み出された分譲式の郊外住宅地開発が池田室町の住宅地であり、これがわが国で最初の割賦販売方式の郊外住宅地開発であった⁵⁾。これが、今日にいたるまでの郊外住宅地開発のプロトタイプとなったものである。

ここでは都市開発と地域イメージという視点から、1910（明治43）年の池田室町を始めとする初期の郊外住宅地の開発について考察を行う。

2.2.1 良好な環境への欲求

大阪市の外縁部には、明治末期から多くの郊外住宅地が生まれた。その背景には、大阪が近代工業都市として成長しつつあり、これが都市圏の拡大を促したことがある。

例えば、明治後期の大阪市では、「工業生産は1900（明治33）年から1911（明治44）年までに、金額にして3倍に増加した。人口も1902（明治35）年の95万人から、1911年には127万人に膨れ上がり、市に隣接する町村の人口を加えると142万人弱の規模となったのである。大阪は東洋のマンチェスターと称されながら、早晩本家を追い越しかねない勢いであった」⁶⁾と指摘されるように、急速に工業化と人口の増加が進んでいた。

近代工業の発展と人口増加は、従来の都市空間との歪みを生じ、煤煙による大気汚染などの環境問題の深刻化や、水質の悪化による伝染病の流行がしばしば起こるようになった⁷⁾。こうした生活環境の悪化が、大阪市内の人々にとって、例えば、1911（明治44）

年、市会で都市計画調査会設置要請についての決議がなされたように、都市政策・都市計画への強い要望となったのである。そして郊外において、より良好な住環境を求める郊外住宅地形成の原動力になったものと考えられる。

このような社会的な動きは、日本だけに限らない。むしろ先に産業革命が進み近代工業が確立したイギリスなどをはじめとして、良好な環境を郊外に求める運動は世界的な広がりを持ったものであった。例えば、一種のユートピア運動とも考えられる田園都市の計画として有名なE.ハワードの『田園都市論』⁸⁾は1898年に出版されている。ここで、ハワードは都市生活の利便性と自然に囲まれた田園の美しさを生活の上で融合を図り、田園都市の内部で住居・職場・文化機能が完結した自立性があり、土地は公有もしくはコミュニティ委託されているものをめざしている。

ハワードの『田園都市論』が出されて9年後の1907（明治40）年にはわが国においても、当時の内務省地方局有志による『田園都市』⁹⁾が出版されている。こうした、いわば＜田園都市ブーム＞を背景として郊外住宅地が生み出されたのである。ただし英国などの田園都市が職住近接型の自立した都市であったのに対して、わが国の郊外住宅地は職場の機能は都心に残したままで、居住機能に特化したものであった。

当時の新聞でも郊外住宅地は重要な関心事であり、幾つかの紹介記事が書かれている。例えば1908（明治41）年5月24日付け大阪毎日新聞では2頁全面にわたって「郊外生活」という特集を組み、郊外生活の手引きとして、都市への通勤者数、空家、課税、飲料水、医師の存在、日用品の入手、学校の設置状況等の点から主要な郊外住宅地の紹介を行っている。飲料水などを気にする点が、当時の人々の郊外住宅地に対する良好な環境への期待感から、また医療や教育、日常生活についての記事が生活基盤の未成熟な郊外居住の不安感を取り除くために書かれたものと考えられる。この記事で、阪神間の地域は大阪神戸間と書かれ「官鉄東海道線あるに加えて阪神電鉄の電車が殆ど5分間隔に、午前4時少し過ぎから午後の12時まで往復し、…中略…尤も今日では日用品の不便、道路の不完全、さては家賃の比較的不廉なために多少一般の移住を妨ぐるの嫌はあるが、大体からいえば、非常に発展しつつある」とされている。ただ記事のなかでは、まだ通勤者の住宅地というよりも、別荘地や夏の避暑地にふさわしいとされている。

2.2.2 大阪の初期郊外住宅地

大阪周辺の郊外住宅地は、もともと別荘地の開発から始まった。「明治の半ば頃船場・島之内の旦那衆の間に、上町の桃山あたりに別荘をつくり、客を招待したり閑日にのんび

表2-2-1 鉄道沿線開発史

	鉄道敷設と郊外住宅地の形成	郊外住宅地関連事項	都市計画・住宅	関連事項	社会的な動き
1874 年明治7	□東海道線大阪・神戸間開通				大阪市内コレラ流行
1890 23					
1898 31		エベネザー・ハワード『明日の田園都市』			
1905 38	□阪神電鉄開通(神戸三宮-大阪出入橋) □住吉村野舎林開発(阿部元太郎)			打出浜海水浴場開設	
1907 40	□二楽荘養生(神戸市東灘区本山) □佐多愛彦別荘に別荘	『田園都市』(内務省地方局有志)		鶴尾に関西競馬倶楽部競馬場開設 香櫨園に遊園地開設	大阪市内コレラ流行
1908 41		『市外居住のすゝめ』(阪神電鉄) 大阪毎日新聞「郊外生活」			
1909 42	□西宮で30戸の貸家経営(阪神電鉄)	『如何なる土地を選ぶべきか 如何なる家屋に住むべきか』 (阪神電鉄)			
1910 43	□箕面有馬電軌開通(阪急電鉄 梅田・宝塚、石橋-箕面) □池田室町住宅地開発(阪急電鉄) □鶴尾で70戸借家(阪神電鉄)			箕面動物園開園	大阪市内コレラ流行
1911 44	□桜井住宅地開発(阪急電鉄) □苦楽園住宅地開発(中村伊三郎) □御影で19戸分譲(阪神電鉄)		大阪市会で都市計画調査会設置要請の決議	レジャー施設・宝塚新温泉開設	
1913 大正2	■桜新町の開発(東京信託) ■京成電軌・京王電軌開通	□月刊誌『山容水態』(阪急電鉄)		香櫨園海水浴場開設	
1914 3	■東上鉄道開通	□月刊誌『郊外生活』(阪神電鉄)		宝塚少女歌劇団初公演 苦楽園で温泉開設	
1915 4	■武蔵野鉄道(池袋-飯能)開通	■家庭博覧会(上野公園、国民新聞社)			
1916 5		『住宅』創刊 大阪朝日新聞「理想の台所」コンペ	「住宅改良会」設立 『現代都市の研究』 (片岡安)		大阪市内コレラ流行
1917 6	□豊井町・殿山町住宅地開発(大 神中央土地株)				ロシア革命
1918 7	■田園都市株式会社設立 □甲陽園住宅地開発(甲陽土地株)			宝塚少女歌劇団東京帝國劇場初公演	武者小路実篤「新しき村」
1919 8	□箕面住宅地開発(阪急電鉄) ■小田原電気鉄道開通	■生活改善博覧会(東京教育博物館、文部省)	都市計画法、市街地建築物法の公布	宝塚音楽学校設立	
1920 9	■大和郡の開発(岩崎久弥) □阪急電鉄神戸線開通	□改良住宅設計展覧会(大阪中央公会堂)			
1921 10	□阪急西宝線(西宮北口-宝塚)開通 □岡本住宅地開発(阪急電鉄)		住宅組合法制定	瀬田買組舎生	
1922 11	■目白文化村の開発(箱根土地株) ■池上電気鉄道(池上-蒲田)開通 □阪急西宝線複線開通	□桜ヶ丘住宅改造博覧会(箕面桜ヶ丘、日本建築協会)			
1923 12	□甲東園の開発(阪急電鉄) □甲子園一帯の開発(阪神電鉄) ■田園調布の開発(田園調布株式会社) ■目黒蒲田電鉄(目黒-蒲田)開通		『住宅問題と都市計画』(関一)	阪急西宮球場開場 谷崎潤一郎苦楽園に転居 キネマ旬報社香櫨園へ	関東大震災
1924 13	□文化村住宅(神戸市東灘区深江) ■大泉学園・小平学園の開発(箱根土地株)			甲子園球場開設 宝塚大劇場開設	
1925 14	■国立学園都市の開発(箱根土地株) ■成城学園の開発(成城学園後援会) ■山手線運転開始			甲子園浜海水浴場開設	
1926 15	■東京横浜電鉄(丸子多摩川-神奈川)開通			小出権重別荘へ転居	
1927 昭和2	□松葉山荘住宅地開発				
1928 3	□甲子園住宅地開発(阪神電鉄) □六麓荘の開発(株六麓荘)				
1929 4				関西学院西宮市に移転 阪急百貨店開業	

注) □は阪神間、■は関東の出来事。参考文献5)、6)、16)、19)、29)より土井作製。

りすることが流行した」¹⁰⁾ というように、富裕層によって比較的環境の良い手近な所で始まった。それが鉄道の開通とともに、さらに環境の良い、天下茶屋・浜寺など大阪南部、あるいは阪神間へと次第に広がっていったのである。

特に阪神間では、1907（明治40）年に大谷光瑞が現在の神戸市東灘区に二楽荘と名付けた別荘や、当時の大阪府立高等医学校校長の佐多愛彦が芦屋山手に結核予防に良い健康地として別荘（松風山荘住宅地の前身）の建設を行い、多くの都市住民に注目されるようになってきた。

こうした富裕層の別荘地から、多くの人々が居住する郊外住宅地になったのは、鉄道敷設による都心へのアクセスの改善によるところが大である。中でも阪神間は山側の阪急から西日本旅客鉄道（以下「JR西日本」と略す）、浜側の阪神電鉄（以下、「阪神」と略す）まで三本の鉄道があり、大阪郊外の他の地域に比べ、極めて交通条件の恵まれた地域であった。

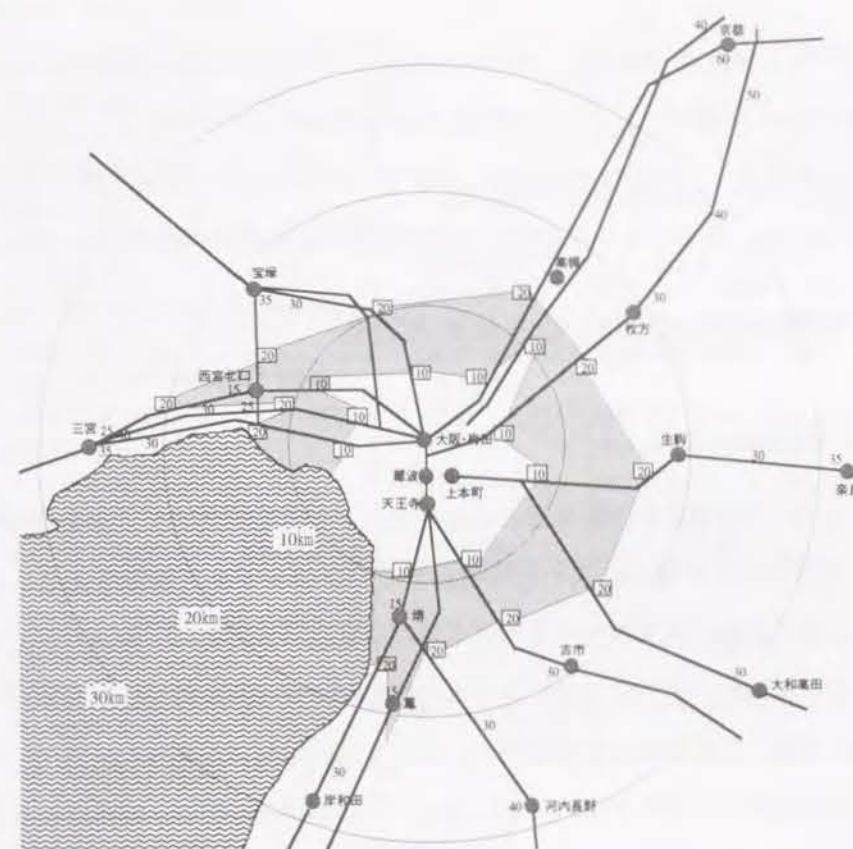
また明治後期から増加しつつあった社会階層であるサラリーマン層のライフスタイルは、職住の分離を促進し、これまでの都心に多くあった借家式の住宅から、俸給による割賦販売の住宅取得への志向が広がっていったのである。関西における郊外住宅地の開発は1909（明治42）年の阪神の西宮に始まるが、これは借家30戸程度と規模も大きなものではなかった。本格的な郊外住宅地の開発は、翌年（1910年）の池田室町住宅地（約10ha、200戸）の開発以降、豊中・桜井と続く阪急のものに始まるといってもよい。

郊外住宅地開発で先行した阪神は、既に多くの鉄道利用者が見込まれ、経営的にも安定していたために大規模な開発を行う必要性が阪急に比べて小さかった。一方の阪急は鉄道経営を支えるために大規模な郊外住宅地開発に取り組むことが不可欠であった。

2.2.3 鉄道の敷設と都心アクセスの向上

阪神間の鉄道は、1874（明治7）年に旧国鉄東海道本線（現在、JR西日本）が大阪・神戸間で開通したことに始まる。しかし、当時のJR西日本は駅数も少なく、実際に都市内の鉄道として機能したのは、1905（明治38）年に大阪出入橋・神戸三宮間の開通を行った阪神電鉄と、1910（明治43）年に宝塚線（梅田・宝塚間）、続いて1920（大正9）年に神戸線（梅田・神戸間）の開通を行った小林一三率いる箕面有馬電気軌道（現在、阪急）の二つの私鉄であった。

特に、梅田・神戸間は阪神・阪急の競合する路線であり、それぞれ特徴を出すことに力を注いだ。既成集落を結び曲線の多い阪神では「待たずに乗れる阪神電車」というキャッ



<主要駅間所要時分>

・阪神急行電鉄線	・京阪電気鉄道線
梅田-神戸 25分	天満橋-三条 55分
梅田-宝塚 35分	・阪和電気鉄道線
・阪神電気鉄道線	天王寺-岸和田 23分
梅田-神戸 35分	上本町-奈良 36分
・京阪電気鉄道新京阪線	・国鉄東海道本線
天神橋-京阪京都 34分	大阪-京都 58分
天神橋-千里山 19分	大阪-神戸 46分

図2-2-1 1934年関西主要鉄道路線所要時間
[鉄道省編纂汽車時間表（昭和9年12月号）より
抱江作製]

チフレーズでフリークエント・サービスに力を入れた。一方阪急は、1910（明治43）年の開業当初から、当時珍しかった総括制御運転が可能な高規格な車両の導入などを行っており、神戸線についても、開通当初約60分かかった梅田・神戸（当時は上筒井）間を1930（昭和5）年には運転時間30分の高性能な特急専用列車を走らせ¹¹⁾、さらに1934（昭和9）年には「大阪-神戸間ひとまたぎ25分」のキャッチフレーズを打ち出し、スピードアップで注目を集めた。

こうした鉄道のサービス競争の結果阪神間は、大阪及び神戸都心から極めてアクセスのよい地域となった。図2-2-1は1934（昭和9）年当時の大阪市内の各ターミナルから10～20

分で到達できる各鉄道沿線を示したものである。これを見ても阪神間は大阪のターミナルから20分で20km程度まで行くことができる地域であることがわかる。このように阪神間はアクセスが良く、しかも複数の鉄道によるサービスもあり、従来は別荘の立地が中心であった阪神間も、多くの人々が定住する郊外住宅地としての条件が整っていった。

2.3 阪神間の郊外住宅地形成—阪神と阪急—

2.3.1 郊外住宅地の宣伝

理念の上での田園都市が、具体的に郊外住宅地として姿を現すと、開発者である鉄道事業者は、その宣伝を新聞の広告や自ら発行するパンフレット・雑誌を通じて積極的に行なった。阪急・阪神の両私鉄でも郊外住宅地開発を進めるために、輸送サービスの充実に加えて、自ら積極的に郊外住宅地に関する出版物を刊行し、その宣伝を行った。ここでは単に郊外住宅地の販売目的の記事だけでなく、搖籃期にあった郊外生活についての不安などに対する説明や、郊外生活の住まい方についての紹介を行い、郊外居住を進めることの提案を行っている。

このような出版物の最初のものが、西宮における借家経営地開発の1年前にあたる1908



図2-3-1 「郊外生活」表紙
[西宮市企画部所蔵]



図2-3-2 「いかなる土地を選ぶべきか/いかなる家屋に住むべきか」表紙
[文献13)より]

表2-3-1 模範的郊外生活

天与の恩恵	物資の供給自由なること 完全なる学校病院の存在せること 電信電話の便あること 気候風景共に佳なること 水質良好なること 大阪まで電車の時間僅かに23分なること 電車賃の安きこと 全線の中央に位せるが故に沿道の各所遊覧場に出遊自在なること
人為的設備	完全なる道路を設け両側に樹木を植ゆること 一戸建の家屋を建築すること 庭園を広くすること 電灯の設備あること 溝渠下水等衛生的設備を十分ならしむること 会社直営の購買組合を設け、物資の供給を廉売ならしむること 娯楽機関として倶楽部を新築し、玉突き台他の設備を完全ならしむること 公園及花樹園を設け花盆栽園芸趣味を普及ならしむること 床屋、西洋洗濯等日常必要な店舗を設置せしむること

表2-3-2 模範的郊外生活の課題整理

懸案事項・障害	記述内容
①日常の利便性	物資の供給、電信電話、電灯、購買組合、床屋・西洋洗濯
②教育施設や娯楽施設の充実	完全なる学校病院、倶楽部
③環境	気候風景、水質、道路・植樹、溝渠下水、公園・花樹園
④交通の利便性	大阪まで23分、安い電車賃 全線の中央に位置
⑤住宅の質	一戸建て、庭園

[文献13)より土井作製]

[文献13)より土井作製]

年に阪神から出された『市外居住のすゝめ』¹²⁾である。内容は大阪の医師たちによる「田園生活は保健の最良法なり」など郊外生活の健康への効用を紹介する一方で、同時に郊外居住で不安材料とされる日常生活の利便性についても、電車によるサービスがあることから阪神沿線は「一の欠点なく、常住地として最も適当」¹²⁾であるとしている。また、園芸の普及を中心に郊外生活をいかに趣味豊かに楽しむかをテーマにして、長谷川如是閑らのエッセイで構成された月刊誌『郊外生活』も1914(大正3)年1月から翌年11月まで発行している。

一方、阪急でも宣伝を重視し、電車開通及び池田室町の住宅地販売開始の前年にあたる、1909(明治42)年秋に早くも沿線住宅地案内パンフレット『如何なる土地を選ぶべきか/如何なる家屋に住むべきか』を発行している。この冒頭で「美しき水の都は夢と消えて、空暗き煙の都に住む不幸なる我が大阪市民諸君よ！出産率10人に対して死亡率11人強に当たる大阪市民の衛生状態に注意する諸君は、慄然として都会生活の心細きを感じ給うべし。同時に田園趣味に富める楽しき郊外生活を懐うの念や切なるべし。」¹³⁾と、大阪市内の環境悪化に対して良好な環境の郊外住宅地における生活をアピールしている。

この冊子では、池田室町の住宅地を「模範的郊外生活の地」として紹介し、表2-3-1に

示すように天与の恩恵と人為的設備の二つの面から、その特色を強調している。これをもとに、例えば日常生活の利便性、交通の利便性など当時の郊外住宅地における生活上の懸案事項が読みとれる。このような懸案事項と、その対応について述べている点を整理したものが表2-3-2である。この中で環境に関しては水質と気候風景が取り上げられている。しかし環境だけでなく教育施設である学校・病院、日常生活の利便性である物資の入手、店舗や交通アクセス、道路や植栽など「住み心地」に関する事項が多くあげられている。郊外住宅地＝健康という理念と共に、実際に住むに当たって気がかりな点に関する説明に力点がおかれているのである。また、購買組合や倶楽部を強調していることを見ると、住宅地販売の対象層を沿線在住の地元の人々ではなく、都心勤務の中産階層のサラリーマンと想定していたことが考えられる。

さらに1913（大正2）年7月から、少なくとも1916（大正5）年9月までの期間¹⁴⁾月刊誌『山谷水態』の発行を行っている。ここでは郊外住宅地の効用だけでなく、後述するように住宅地の購入を考えている人を想定して割賦式の販売方法についても詳述されている。

この郊外住宅地が当時のマスメディアや都市問題を考える人々から、どのように見られていたのだろうか。その代表的な二つの事例を次に示す。

1910（明治43）年6月11日付けの「大阪朝日新聞」一面の「都市問題の研究」という記事には、「…所謂田園都市は英国に於ても見事に成功を告げ、…（中略）夫の箕有電鉄会社が池田に経営しつゝあるもの或は範を之に取れるならんも、欧米に行はるゝ理想的田園都市と相距る甚だ遠く、未だ都人士を誘致するに足らざるを遺憾とす。唯外観を一見したるのみにても家屋の構造千篇一律にして区画単調に流れ、箱を仕切りたる如き殺風景なる黑板塀を以て取囲める何等の趣味なきには、仮令山野の美景ありと雖も何人も移住欲を起すに躊躇すべし。（以下略）」と早くも池田室町住宅地について取り上げ、それが欧米の田園都市とは理念・デザインともに異なっている点を苦々しく指摘している。そして、当該地は大阪から電車で30分程の所にあるから一層の改善を行うことにより田園都市として繁栄できる可能性があり、これは大阪の都市経営にとっても重要なものだとして述べ、田園都市の理想追求を主張している。

一方、当時の著名な建築家であり、都市計画・住宅問題についての先駆者でもあった片岡安は1916（大正5）年の著作『現代都市之研究』¹⁵⁾で「我国において稍組織ある郊外住宅地経営を企てたるものは、箕面電鉄会社のそれである。其計画の動機は、他の営利者が企てたると略等しく、鉄道の収益を増さんが為であつて、決して社会改良運動の活動と言ふにはあらず、全くの採算上の考えから割り出したるものであるから、其設備等に批難すべ

きものあれども、大体に於いては賞賛に値するものと言われて居る。其計画は不完全ながら、兎に角一田園都市の組織を立て、道路を築き、下水を鑿ち、家屋の配列を研究し、其箇々の設計に就ても十分の習練を積み、安価住宅の範例を示したるは其功績は大に多とせねばならぬ」と述べている。池田室町の住宅地開発から6年たった時点での評価ということになるが、片岡は阪急の郊外住宅地開発はまだ不完全なものながら、インフラストラクチャや家屋の配置についても考えられたものであると、先の大阪朝日新聞とは異なった評価を行っている。

このような評価の差はあるが、朝日新聞も片岡安も指摘しているように阪急の郊外住宅地開発の目的は、鉄道経営を支えるための企業活動であり、住宅地分譲による収益と、鉄道利用者の増加を意図したものであった。したがって郊外居住を指向するという点でハウードの田園都市と似ているが、職住機能を内包した自立的な都市の形成や土地の公有化などが行われることはなかったのである。

こうした郊外住宅地開発の取り組みは阪急以外でも基本的に同様であった。我が国では現在至るまで大規模な職住機能を内包した田園都市はほとんど現れず、大部分は住宅機能に特化した「郊外住宅地」開発が行われてきたのである。

2.3.2 阪神・阪急の郊外住宅地開発

阪神は郊外居住の宣伝を積極的に行っていたが、自らの住宅供給は表2-2-1の年表に示したように1909（明治42）年から1911（明治44）年の3年間、しかも小規模な借家と分譲住宅合わせて約120戸程度で、本格的なものは1928（昭和3）年の甲子園住宅地開発まで待たねばならなかった。一方、阪急の場合は開業以前から住宅地販売には力を注ぎ、1910（明治43）年の池田室町（270戸）の住宅地、翌年の桜井住宅地（241戸）以降も次々と住宅地の分譲を行っている。

この様に阪神・阪急の郊外住宅地開発の取り組みの姿勢には大きな差があった。これは阪神と阪急とでは沿線の開発ポテンシャルに大きな差があったことにも関係するように考えられる。先行した阪神の路線は、多くの乗客利用が見込める既存の集落を結ぶものであった。一方の阪急の場合は、後発であったために既成の大きな集落からはずれ、乗客需要を多く見込める路線を取ることができなかった。そのため住宅地開発によって鉄道以外からの収入を見込むことや、沿線の人口の増加を図ることによって、鉄道経営を支えなければならなかった。そのために積極的な住宅地の開発が行われたのである。

その後、阪神間における浜側の阪神沿線と山側の阪急沿線とでは、それぞれのローケー



図2-3-3 池田室町の住宅地
〔(財)阪急学園池田文庫所収〕

ションから工業的土地利用と住宅地に変容していったが、こうした両鉄道会社による郊外住宅地に対する取り組みの姿勢の違いも沿線の土地利用や地域イメージ形成に影響を与えたものと考えられる。

また既に述べたように池田室町住宅地が阪急では最初の郊外住宅地であり、これ以降豊中、桜井と続く。もともと意図的に鉄道用地買収時に沿線では大量に住宅地開発用の用地買収も行っていたのである。では、なぜ池田室町が第1号になったのであろうか。

池田は猪名川沿いに開けた集落であり、清浄な空気や良質な水が得られることとともに、猪名川の水上交通と能勢街道とが交差する交通の要衝で古くから開けており、そのために商業などの集積があったこと、1908（明治41）年に大阪府師範学校及びその附属小学校の開設が行われ教育環境が整ったこと、あるいは明治末期に大阪回生病院の分院が開設されたことなど都市的生活にとって必要とされる施設が充実していたことが、その要因であったと考えられる。また、箕面有馬電気軌道設立の母体とも言える阪鶴鉄道の本社が池田にあったことにも関係しているように思われる。

2.4 阪急による郊外住宅地開発の特徴

2.4.1 阪急沿線の大規模な開発ポテンシャル

既に述べたように阪急の沿線は、乗客需要を多く見込める路線ではなかった。図2-4-1は、1920（大正9）年神戸線開通時の新聞広告である。ここには「新しく開通した神戸行き急行電車、綺麗で早うて、ガラアキ、眺めの素敵によい涼しい電車」と書かれている。人家の少ない山際に敷設されたので、海も山も眺めることができ「眺めの素敵によい」電車で、線形も直線が大部分であり「早」かったが、その沿線には人口が少なく「ガラアキ」でもあった。

このため、阪急電鉄では乗客を増やすために数多くの事業を行っている。その主なものが住宅地の開発であり、イベント事業の実施であった。特に住宅地の開発は、沿線周辺に既成の集落がないために、かえって大規模な開発が可能となったのである。

もともと阪急電鉄の路線は開業当初から、沿線人口が少なく、わずかな遊覧客が乗客として期待できる程度であった。そこで、安定した定期乗客を創出するために、鉄道敷設以前から沿線の土地を購入し、住宅地開発を計画していた。運輸収入により電鉄の経営が成り立つまでは、土地・家屋の販売により経営を支えることを意図したのである¹⁶⁾。そこで池田室町の郊外住宅地の開発以降も桜井、箕面と各駅付近に同様の計画にもとづき郊外住宅地の開発が行われたのである。

神戸線沿線でも同様に、岡本、甲東園、西宮北口、園田等の住宅地開発を行っている。さらに阪急だけでなく、その沿線では大規模な開発ポテンシャルを活かして、土地会社による開発や耕地整理・土地区画整理事業も盛んに行われた¹⁷⁾。

開発当初から電気・電話線を地下に埋設し、環境保全のため町内会則で土地利用などについて地区計画的な制約事項を設けている高級住宅地として有名な芦屋市の六麓荘も1928（昭和3）年に株式会社六麓荘によって開発されたものである。これらの住宅

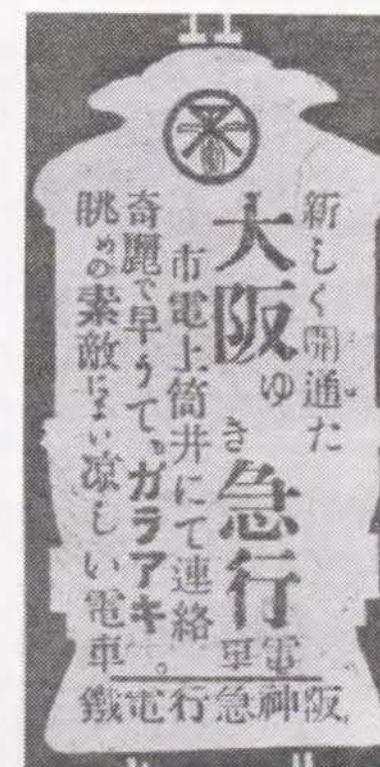


図2-4-1 阪急神戸線開通時の新聞広告〔文献18)より〕

地開発の事業主体の多くは公的セクターではなく、その多くは鉄道会社・民間土地会社などであり民間主導によるものが中心であった。



図2-4-2 神戸市東灘区御影の住宅地
[撮影：土井，1993年]

こうした開発された郊外住宅地の多くが、1区画100坪(330m²)を越え、六麓荘などのように300坪(1,000m²)以上のお屋敷と呼ぶのがふさわしいような宅地が並ぶところも珍しくなかった。こうした高級住宅地が連担して形成されていることが、この地域の景観を特徴づけている。これを小林郁雄は、御影石などの石垣と大きな生け垣に囲まれた宅地と豊かな水の流れる水路や木立の緑につつまれた道のなかに続いている風景(図2-4-2)が、住宅地としてのレベルの高さを示しており、阪神間の住宅地の特徴であると指摘している¹⁸⁾。

このようなグレードの高い住宅地開発が、阪急沿線の良好な住宅地としてのイメージ形成に寄与していったのである。

その結果図2-4-3に示すように、明治40年代までの私鉄開通以前は、主に海岸沿いと街道沿いに集落が形成されていた(図2-4-3(A))。しかし、私鉄開通以降になると、阪急沿線から山際にかけて大規模な住宅地の開発が進行した。ここが郊外住宅地開発の舞台となり、山際線が北に後退していったのである(図2-4-3(B))。

2.4.2 郊外住宅地のイメージ形成

阪急では、電車の旅客誘致を促し、郊外居住を勧め住宅地販売を行うために月刊誌『山容水態』の発行を行っている(図2-4-4)。これは、現在の企業PR誌あるいは沿線ガイド的内容のもので、住宅地に関する記事以外にも季節の行楽やイベント案内など沿線紹介の記事や宝塚歌劇の第1回公演に関する「婚礼博覧会と少女歌劇団の公演」(1914年3月号)なども掲載されている。

また、「郊外散歩と身体に及ぼす感作」(1913年11月号)等の郊外生活の勧めとでも言

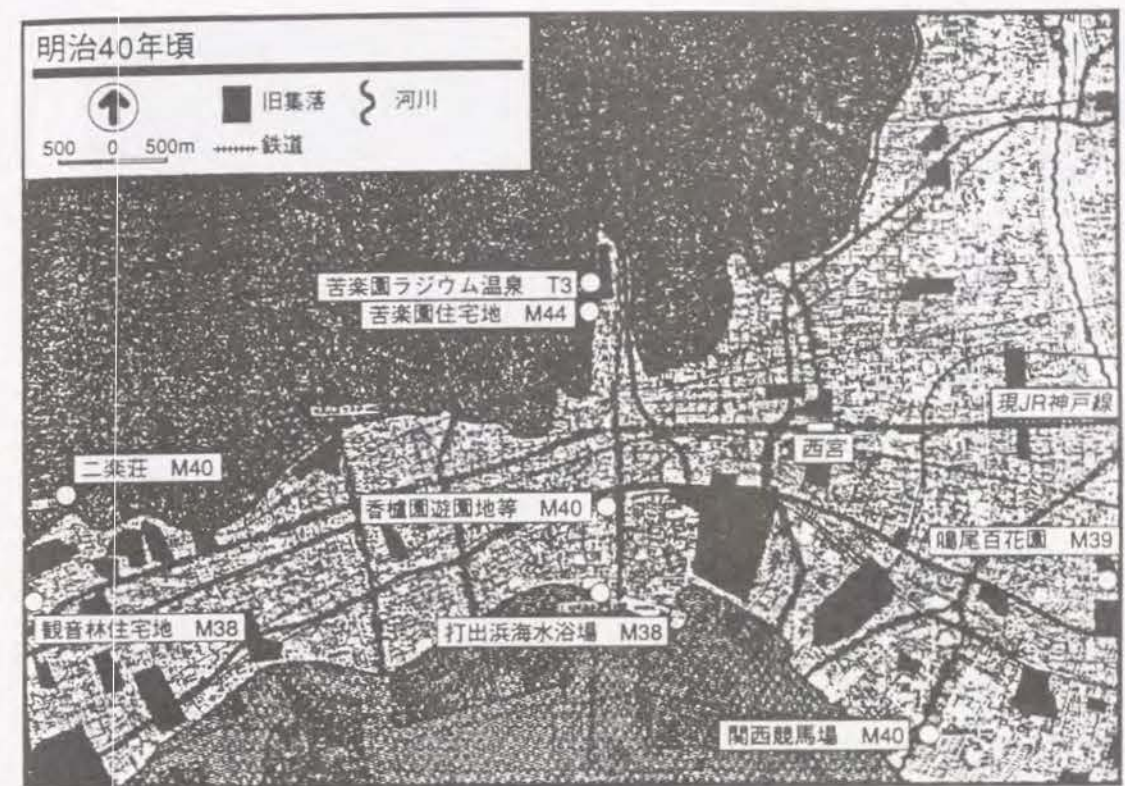


図2-4-3(A) 明治40年 阪神間の市街化変遷図
[陸地測量部二万分一地形図をもとに加筆、抱江作成]



図2-4-3(B) 大正15年 阪神間の市街化変遷図
[陸地測量部二万分一地形図をもとに加筆、抱江作成]

える記事もあるが、最も多くの頁を割いているのが郊外生活のメリットを説くことと連動して、郊外住宅地の購入をすすめる記事である。「郊外生活の福音・僅か12円の月賦で買える一破天荒の郊外住宅と土地」（創刊号、1913年7月号）ではイギリス人センネットの『田園都市』を引用しながらも、大阪市内の借家の家賃よりも安い月賦で住宅が入手できると説き、「豊中新市街地」（1914年3月号）では住宅地案内の記事を掲載し、「計算上から見た郊外居住／毎月苦心せず家を購う法一殊に俸給生活の人々の為に」（1914年5月号）等の記事でいかに容易に住宅を手に入れるのかについて説明している。これらの見出しでわかるように、郊外住宅地の販売相手は、月賦で購入を行うことができる「俸給生活」者（サラリーマン）を中心としたものと考えられていた。



図2-4-4 雑誌『山容水態』表紙
〔(財)阪急学園池田文庫所収〕

サラリーマンの生活スタイルは基本的に職住分離であり、郊外住宅地では主婦と子供の生活が中心であった。そこで、『山容水態』では、月賦販売の記事と並んで、主に郊外住宅地で長時間過ごす、女性に的を絞った記事が次第に増えてくる。例えば「田園生活の幼児に及ぼした感化」（1914年6月号）、「理想の子供室」（1915年4月号）、「理想の台所」（1916年5月号）などの記事である。住宅地を生活の場とする主婦の発言が、住宅購入に及ぼす影響力に次第に気づいていったことが想像される。

このような雑誌の記事や、先に見た大阪毎日新聞の記事などのメディアによる情報により、郊外住宅地とは環境の悪い都心を離れ、郊外の良い空気・水、緑と陽当たりの恵まれた環境の中で、庭付きの戸建住宅で文化的な生活を行うというイメージが形成されていったものと考えられる。

2.4.3 郊外住宅地における生活

(1) 購買組合と倶楽部

先に見たように阪急では池田室町に購買組合を設け、物品を廉価に供給することや、住

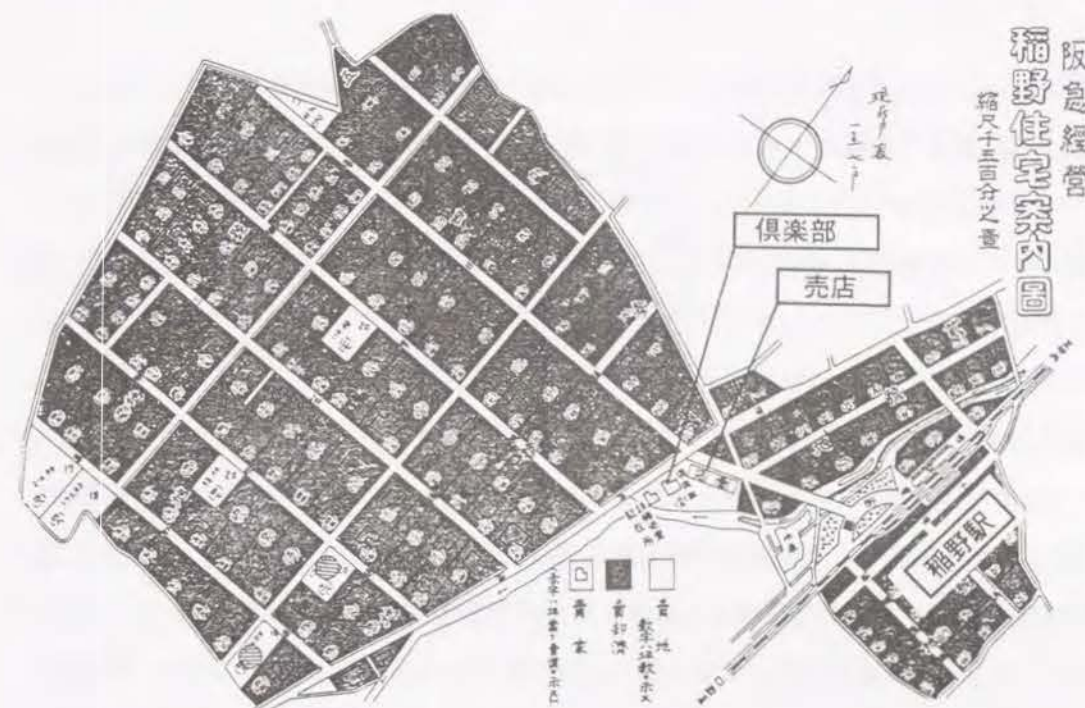


図2-4-5 稲野住宅地
〔阪急電鉄都市本部所収〕

民の娯楽・社交施設として倶楽部を設立して人々の移転を勧誘したのである。池田室町における倶楽部や購買組合の立地場所は、ちょうど住宅地の中心に位置する呉羽神社の南側（図2-3-3参照）であり、その位置からも、この住宅地に居住する人々のための施設であるという計画的な意図がわかる。

郊外住宅地への転入者はやはりサラリーマン層が多く、日用品などを注文して配達させたため池田の旧市街地における店頭購買価格よりも高価となり「室町相場」「別荘値段」といわれた¹⁹⁾。そのために、阪急によって住民誘致策として計画されていた購買組合が住民をも巻き込んで設立されたのである。ここで扱う商品は食料品、日用雑貨をはじめ、文房具、掃除道具など多種多様であった。

また、住民の社交機関として、あるいは慰安・娯楽の場として玉突台などを備えた倶楽部も設立された。当初は男性の利用を想定したものであったが、室町の住民のほとんどが電車を利用して大阪方面に勤務するサラリーマンであったために、その利用者は多くはなかった。

阪急の実質的な創始者であり、池田室町をはじめとする住宅地の生みの親である小林一三は『逸翁自叙伝』²⁰⁾で、住宅地開発について「阪急沿線は理想の住宅地になった」と述べているが、失敗した事例の中で、購買組合と倶楽部をあげている。

これらの施設について会社は「相当に高い犠牲」を払って維持していたが、結局はうま

くいかなかった。購買組合の場合は、物品の仕入れ値が市場価格よりも安い場合は順調に利用されるが、市場価格の方が安くなれば市中の商人が売り込みに来る。住民には安いものを買ってはいけないという拘束はない。

表2-4-1 郊外住宅地の付随的施設

住宅地	開発年度	開発面積 (ha)	付帯施設
池田室町	1910 (明治43)	9.2	倶楽部、購買組合
豊中	1914 (大正3)	118.7	倶楽部
伊丹稲野	1925 (大正14)	12.8	倶楽部、店舗
西宮北口	1930 (昭和5)	8.6	倶楽部、店舗
新伊丹	1935 (昭和10)	27.7	公園、店舗

[文献21]より土井作製

そこで在庫を抱えて赤字になってしまうために、結局失敗に終わった。また倶楽部について、男性の場合は、昼間大阪で働き帰宅後は家庭本位・自宅中心となり、帰宅後に家庭を飛び出してまで倶楽部に遊ぶ人は多くなかったとしている。

こうしたことから購買組合については、一住宅地で成立させることが、もともと困難であったことが考えられる。ただ、こうした発想を共通にした相互扶助的な購買組合は1921(大正10)年にキリスト教の伝道者であり社会運動家として知られた賀川豊彦などを中心に神戸の住吉・御影・魚崎・本山を活動範囲として発足した灘購買組合(現在のコープこうべ)の成立と思想的に繋がっているものと考えられる。

また倶楽部についても、当初はその利用者は多くはなかった。しかし、次第に人口が増加するにしたがい倶楽部の利用者も増加し、人々の交流も盛んになり1923年には室町の自治組織である「室町会」も設立されている。また常にこの地にいる婦人たちも次第に交流が深まり、1919(大正8)から1920年頃には婦人会が結成された。むしろ倶楽部の活動の主要な担い手は、こうした婦人層に変わっていったのである。

表2-4-6には阪急が住宅地開発に付随して設置した施設をまとめている。これを見ると倶楽部がまだ何度も設置されているが、購買組合は、その後設置されなかったようである。その代わりに店舗が設置されているのである。

さらに、図2-4-5は1920(大正14)年の稲野住宅地である。ここでは購買組合は姿を消し「売店」となっている。この売店と倶楽部の設置場所を池田室町と較べると、駅前近くの場所に設けられるようになった点も、これら施設が住宅地の中で期待される役割に変化が見られるようで興味深い。

(2) 幼稚園の設立

表2-3-1にある「完全なる学校」は池田にある大阪府師範学校附属小学校を想定しているものと考えられる。しかし、小林一三は郊外住宅地で幼児教育までは想定していなかったようである。

幼稚園については、池田室町住宅地の開発当初からの住民で大阪毎日新聞社事業部長の橋詰せみ郎が米国のハウスレス・キンダーガーデンに示唆されて屋外での幼児教育を企画している²²⁾。こうして呉羽神社の社前で1919(大正8)年に誕生したのが「家なき幼稚園」である。園長の橋詰の他に保母3名、用務員1名、園児は30名で保護者から8名の委員が選ばれた。

子供達にとっては、豊かな自然環境と、橋詰園長の童話などがある恵まれた幼稚園となったのであるが、同時にその親たちにとっても園児を通じてお互いに交流ができる貴重な場となっていたのである。

この「家なき幼稚園」は次第に発展し宝塚・雲雀ヶ岡・箕面などにも開設された。

なお、橋詰せみ郎はしばしば『山谷水態』にもエッセイを掲載しており、郊外住宅地におけるライフスタイルを具体的に提示した人々の一人であった。

灘購買組合の賀川豊彦や、家なき幼稚園の橋詰せみ郎などの活動は阪急の活動とは全く別に郊外居住を行った人々を対象としたり、そこにおける生活者自身が取り組んだものである。こうした新しい意識を持った住民が増加するにしたがい様々な新しい生活文化が生まれ、モダンな地域としてのイメージが拡大していったのである。

(3) その他の生活改善

これら郊外住宅地の住宅は、住宅改良・生活改善運動の影響を受け、在来の接客本位から家族本位への間取りの変更や、台所や風呂など設備の改善などが進んだ²³⁾(図2-4-6)。

こうした近代的な生活を支えるエネルギー源として、当時の鉄道会社では、電力供給事業を行っていたことも忘れてはならない。阪急も1910(明治43)年、鉄道開通の年には電灯供給も行っている。当時電灯は文化的な生活のシンボ

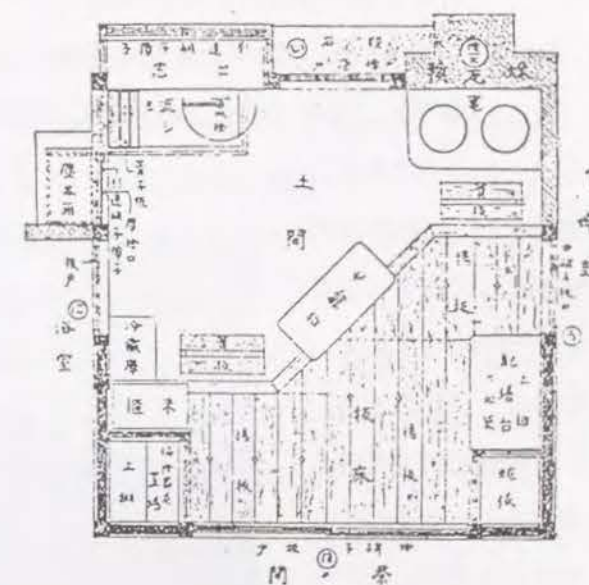


図2-4-6 理想の台所；
「山谷水態」1916年5月号より

ル的な存在であったが、その料金は比較的高く、一般の沿線に比べて負担に耐えられる人々が多く住む郊外住宅地を中心に供給が進んでいった²⁴⁾。

本節では主に、阪急が事業を行った最初の郊外住宅地である池田室町において、郊外居住という新たなライフスタイルを形成するため行った数々の工夫について考察した。こうした取り組みが、宝塚線だけでなく、神戸線沿線における住宅地開発にも影響を与えていったのである。

また、我が国において最初の本格的な郊外住宅地である池田室町で展開された生活は、従来の都市生活や農村の生活とは全く異なったものであり、今に続く都市近郊の住宅地におけるサラリーマンとその家族のライフスタイルの原型が、ここで形成されたものと考えられる。

2.4.4 小林一三の郊外住宅地開発思想

阪急はここで述べたように、わが国でも最も早く郊外住宅地の分譲を行ってきた。これは小林一三が住宅地販売の方法として、多くの人々が購入しやすいように、俸給生活者の給料を計算して、月賦販売を考えたからであった。

最初に販売された池田室町の住宅地では、開発地を一番町から十番町に分け、グリッドパターンに街区が形成され、一宅地約100坪で二階建の住宅がついて総額2,500円から3,000円、頭金を2割、残金を10年間の割賦として、24円の月賦で販売するものであった(図2-3-3参照)。次いで販売された桜井住宅地では、50~60坪の宅地に二階建住宅がついて1,200円であり、

頭金200円で10年間の割賦にして毎月の支払いを12円としている。これが、『山容水態』に「僅か12円の月賦で買える」と紹介された住宅地である。

当時の高等文官試験合格者の初任給が70円、小学校教員の初任給は12~20円²⁵⁾であ



図2-4-7 伊丹養鶏村住宅地
[文献16)より]

り、池田室町はかなり高級な住宅地、桜井はそれに較べると一般向けの価格設定であったと考えられる。

阪急は、これ以降も数多くの郊外住宅地の開発を行っている。中でもユニークなものに石橋温室村住宅地(1932年)や伊丹養鶏村住宅地(1933年)(図2-4-7)がある。これは、住宅地販売を行うだけでなく、沿線に生産を起こし、その産物を直接阪急百貨店が引き受けて販売し、沿線の人々と共存共栄するという小林の理念に基づいた住宅経営の試みであった²⁶⁾。

郊外住宅地の開発について小林は「池田室町の住宅地は…(中略)…売り出すと殆ど全部売れたので、順次豊中、桜井その他停留所付近に小規模の住宅経営を続行して、ここに阪急沿線は理想の住宅地として現在に至ったのであるが、成功ばかりではない、失敗したことも沢山にあった。」²⁷⁾と述べ、失敗した事例として先に示した購買組合と倶楽部の他にも、住宅地の設計計画で池田室町の場合は地均しに多額の費用を必要としたを挙げている。宅地造成で費用が多くかかったのは、下水のはけ口を起点に道路の縦断勾配を算出し、宅地は現形のまま道路だけを切り下げて設計すれば、造成費が安くできることがわからなかったためである。また別の失敗としては、買い手のつきにくい純西洋館の販売などの点をあげている。その初期にはこのような失敗があったものの、郊外住宅地開発で多くの実績をおさめた。

この経験の蓄積と実績を買われ、田園調布の開発にも小林が係わるようになった。1918(大正7)年に設立された「田園都市株式会社」では、絶対に名を出さない、報酬は一切受けない、現在の社業に影響を与えないように毎週日曜日に東京へ行く、という小林による三つの条件のもとで住宅地開発の指導を受け、例えば整地について雑壇式を変更して、自然の起伏を活用するよう修正を行っているのである²⁸⁾。

こうして、小林の考えた郊外住宅地の開発は広く一般化され、現在に至るまで、わが国の住宅地開発の基本的なフレームとなったのである。また、郊外住宅地を先駆的に開発した結果、阪急沿線の住宅地は、小林が述べているように、「理想の住宅地」というイメージをもたれるようになったのである。

2.4.5 郊外住宅地に集まった人々

さらに、阪神間に人々が集まったという点では、特筆されることに1923(大正12)年に起こった関東大震災の影響がある。震災による難を避けて、東京から映画雑誌のキネマ旬報社は香櫨園に、谷崎潤一郎は苦楽園へと、阪神間に拠点を移す人々が生まれたの

である。

特に谷崎潤一郎は、この地を大いに気に入り、阪神間を主要な舞台にした長編小説『細雪』を1943（昭和18）年から1948（昭和23）年にかけて書いている。この小説の中で、話の中心となる蒔岡家について、その本家は大阪の谷町九丁目、分家は阪急電鉄芦屋川駅付近にあり、自宅からタクシーで芦屋川駅まで行き、神戸のホテルで食事を行うなど、当時の郊外住宅地を舞台にした描写が随所に出てくる。こうしたことも阪急沿線を「理想の住宅地」とするイメージの形成に大いに寄与したものと考えられる。

この他、阪急沿線だけでなく阪神間に集まり、その地で文化活動を展開した人々も多々いる。

例えば美術や建築に関しては、わが国の洋画の先駆者の一人である小出楳重は芦屋を中心に活動を行った。関西学院や神戸女学院など学校建築をはじめ夙川周辺などの住宅に対して多くのスパニッシュ様式の洋館を設計したW.M.ヴォーリズや、現在は重要文化財に指定されている芦屋の山邑邸の設計を行ったF.L.ライト、そのライトの弟子にあたり、甲子園ホテルの設計者である遠藤新などが挙げられる。

こうした人々の周辺にまた多くの人が集まり、新たな都市的な生活が展開されたのである。こうした地域の空気が反映して生活文化に関する活動も活発に行われた。

これには1933（昭和8）年に芦屋で創刊された先進的な婦人雑誌『ファッション』の存在などがあげられる。また1921（大正10）年には社会運動家の賀川豊彦らにより、都市生活と農業生産の連携を意図して灘購買組合（わが国最大の地域生協であるのコープこうべの前身）も誕生している。

こうした近代的な生活文化の形成期と阪急沿線の都市形成とが、ほぼ同時期に進んでいったこともまた、地域イメージ形成に寄与したものと考えられる。

2.5 住宅地開発以外の沿線の事業

鉄道の安定的な乗客需要は、沿線の夜間人口及び昼間人口の集積に関係するが、それ以外に沿線の観光地やイベントなどに行くための不規則な乗客需要がある。これには沿線外の人々に沿線を知ってもらう宣伝効果もあるために、多くの鉄道会社が積極的に観光開発や遊園地の開設、イベントの開催を行っている。また、交通施設整備が進捗したことにより広い範囲から多くの人々を集めることができ、各種のイベントやテーマパーク等も大規模な開催が可能となったのである。そしてこれらの活動も、阪急沿線の地域イメージの形成に大きな役割を果たしたのである。

2.5.1 テーマパークの開設

開業時の阪急では、乗客の増加を図るために、先に述べたように沿線の郊外住宅地化を進めた。しかし住宅地化による乗客増加には時間がかかるために、新たな名所をつくって多数の乗客を誘引する必要があった。この場所が鉄道路線のそれぞれ終端にあたる箕面と宝塚であった。すなわち1910（明治43）年に、当時の沿線で最も高名な行楽地である箕面公園に動物園を開園、翌年には宝塚新温泉の営業を開始した。箕面の動物園は開業後数年で、維持管理の負担と箕面公園を俗化させないためという理由から閉鎖し、全面的に宝塚に移転・集中している。

宝塚新温泉は当初はひなびた温泉地であったが、次第に諸施設を集中的に整備し、1912（明治45）年には洋食堂・演舞場・わが国初の室内プールなどの施設を持つ「パラダイス」が開設され一大テーマパークとなるための基礎が形成された。1926（大正15）年には、温泉旅館でなく、テーマパークにふさわしくリゾートタイプの洋風ホテルである宝塚ホテルも開設され、この地のランドマークとなった。

宝塚への集中は、たまたま当時の箕面有馬電気軌道の開業時に有馬まで路線が到達せず宝塚が終端であったために「無理にこしらえた都会」²⁹⁾であった。

また、1937（昭和12）年には西宮に球場が開設され、こちらも野球や博覧会など各種のイベントに利用されることになった。

阪神も、開業以降、六甲山の開発、鳴尾運動場の開設、香櫨園浜の海水浴場の整備などを行っていた。しかし1913（大正2）年の営業報告書で「娯楽設備ノ経営ハ動モスレバ損失ヲ招クノ恐アルノミナラズ不景氣ノ時ニ際シテハ其打撃ヲ蒙ルコト最モ大ナルモノアリ…（中略）…沿道各部落ノ発達ニ努力シ不変的乗客ノ増加ヲ図リ営業ノ基礎ヲシテ倍々鞏固ナラシメントス」³⁰⁾とあり、定期券利用等の安定した運賃収入の確保を重視して、娯楽施設等に対する経営姿勢は阪急に比べ消極的であったことがわかる。

しかし、こうした中断があったものの、その後は兵庫県による武庫川改修事業で生まれたいくさ敷地を買収し、1924（大正13）年の甲子園球場の開場を始め、その周辺の開発を積極的に行った。さらに、1930（昭和5）年には西の帝国ホテルと呼ばれた甲子園ホテルも開業し、阪神間の地域イメージ形成に大いに寄与することとなった。

2.5.2 イベントの開催

鉄道各社は旅客誘致を目的に、単独あるいは新聞社などと共催で、博覧会・花火大会・

飛行大会・スポーツ大会など数多くのイベントを開催している。

阪急電鉄の開業当初のイベントを表2-5-1に示す。この中で、1914（大正3）年の「婚礼博覧会」の余興として登場したのが

表2-5-1 阪急電鉄初期イベント
[文献20]より、作製：土井]

開催	時期	催物名	場所
1911	明治44年	山林子供博覧会	箕面動物園
1913	大正 2年	婦人博覧会	宝塚新温泉
1914	3年	婚礼博覧会	宝塚新温泉
1915	4年	家庭博覧会	宝塚新温泉
1916	5年	芝居博覧会	宝塚新温泉

宝塚少女歌劇（現在の宝塚歌劇団）であった。これは人気を集め、1915（大正4）年の入場者26万人が、1918（大正7）年には43万人にも増加している³¹⁾。また、早くも1918（大正7）年には東京帝国劇場でも初公演を行っている。さらに1938（昭和13）年にはヨーロッパ公演、翌年にはアメリカ公演を行い、次第にその知名度を上げていった。

宝塚少女歌劇の誕生とその育成についても小林の影響は大きく、少女歌劇のコンセプトとして「大劇場主義」と「新国民劇の創成」の二点を提唱している³²⁾。「大劇場主義」とは、いい芝居を、低料金で多くの人々に見せることであり、実際に1924（大正13）年には定員4,000人の宝塚大劇場の開設、また1934（昭和9）年には東京宝塚劇場の開設も行っている。「新国民劇の創成」とは、歌と台詞と舞いを組み合わせて、新時代の感覚と装備を織り込んだ歌舞伎と説明され³³⁾、こうした歌劇を目指す教育機関として、1919（大正8）年に宝塚音楽歌劇学校（現在の学校法人宝塚音楽学校）の創立も行っている。宝塚歌劇団は、こうした明確なコンセプトのもとで育成され、わが国の演劇界に独自の位置を占めるようになった。

この宝塚少女歌劇の誕生と成長は、宝塚や阪神間の地名を全国的に有名にただけでなく、この地域に関して、華やかなイメージの形成にも大きな役割を果たすことになった。

また、1937（昭和12）年に開設された西宮球場でも野球などのスポーツの他に、1939（昭和14）年には大東亜建設博覧会など大きなイベントの開催も行われている。時代は下るが、1946（昭和21）年には第1回国民体育大会の開会式場、また1950（昭和25）年には、戦後における最初の本格的博覧会といわれる「アメリカ博覧会」も西宮球場で開催されている。

さらに、直接阪急と関係はないが、関西における郊外住宅地運動において大きな役割を果たしたイベントとして、1922（大正11）年に日本建築協会の主催で阪急沿線箕面桜ヶ丘で開催された「桜ヶ丘住宅改造博覧会」がある。これには25戸の住宅が出品された。明治30年代以降の生活改善・住宅改良運動の成果がこれらの出品住宅に集約され、モダンでス

マートな中流住宅の理想像を提示したものであった³⁴⁾。こうしたイベントと出展作品が近代的な住宅のお手本となって、グレードの高い住宅が沿線に建設され、阪急沿線はさらに、理想の郊外住宅地という地域イメージが形成されていったものと考えられる。

2.5.3 学校の誘致

住宅地開発以外に定期的な乗客が見込めるものに学校・大学の誘致がある。

阪急が直接関与した学校の移転誘致に、神戸市原田から西宮市上ヶ原へ移転した関西学院がある。大正末期に大学への昇格を意図していた関西学院では、原田のキャンパスでは手狭なために、移転先を探していた。その結果、西宮市甲東園の西にある上ヶ原が最適であると判断された。

1926（大正15）年関西学院から移転の相談を受けた阪急の小林一三は、当時鉄道の年間運賃収入が590万円であったにもかかわらず、関西学院の原田の校地8.3haと校舎を合わせて320万円で買い取り、阪急が既に売買契約を行っていた上ヶ原の用地約23haを学院に譲渡するという決断を行なった³⁵⁾。この結果、関西学院は移転用地と建物に加えて、大学開設の費用を得ることになったのである。

移転は1929（昭和4）年に完了し、甲山を背景に、W.M.ヴォーリズ設計のスパニッシュ様式の白い壁、小さな軒の出、スペイン瓦の建物が並ぶキャンパスが完成した（図2-5-1）。この関西学院の移転に引きずられるように、1934（昭和9）年には神戸女学院が、神戸市内から西宮市岡田山に移転した。やはり、ヴォーリズの設計によるスパニッシュ様式の建物が並ぶ、美しいキャンパスが完成したのである。

関西学院や神戸女学院の他にも、阪神間には多くのスパニッシュ様式の建物が集積している。これは地面が風化花崗岩で明るく白いために、スパニッシュ様式が生まれたアメリカ合衆国西部の風景と似ていることから発想されていると藤森照信は指摘している³⁶⁾。白っぽい地面と松の緑という阪神間の風土にスパニッシュ様式の建物が調和して独特の美しい景観が形成された



図2-5-1 関西学院キャンパス
[撮影：三木、1993年]

のである。

こうして学校・大学の集積も行われ、文教住宅都市西宮の基盤が形成されたのである。また関西学院や神戸女学院のような中流子女教育の施設立地により、中流の人々の居住も促進された。

2.5.4 ターミナル百貨店の誕生

鉄道沿線に郊外住宅地ができ、鉄道利用者が増加すると各鉄道ターミナルにおける乗降者数も当然増加する。こうした人々に対するサービス施設として食堂などが開設されたが、さらに発展してターミナル百貨店が開設された。

1920（大正9）年、阪急神戸線の開通後、ターミナル駅である梅田に5階建のビルが建てられた。次第に増加してきた乗客を対象として、雑誌・雑貨・食料品などを販売する白木屋に、このビルの1階を貸し、2階には直営食堂を開設した。その後、1925（大正14）年4月白木屋との賃貸期が満了したことから、ビル1階を新たに駅出入口にするため、賃貸契約の解約を行い、替わって2・3階合計530m²に直営の売店、4・5階に食堂を開設した。これが、次第に成長し阪急マーケットとなり、1929（昭和4）年には地上8階地下2階、延床面積10,000m²を超える阪急百貨店が誕生した³⁷⁾。この阪急百貨店は「実用本位の百貨店」と銘打って食料品・日用雑貨に的を絞った品揃えを行い、呉服などは銘仙程度にとどめ、



図2-5-2 開業期の阪急百貨店
[文献37)より]

高級品は取り扱わないこととした。これは、ターミナル立地を考え高級品を避け、気軽に立ち寄ることができるようにしたものであるとともに、三越・大丸・高島屋など既存の百貨店の多くが呉服店からの成長組であり、呉服本位であったことに対抗するため³⁹⁾のものであったと思われる。こうした阪急百貨店の営業

方針はは駅を利用する大量の乗降客、特に郊外居住者に対して、新しい都市的消費空間を提供することとなり、人気を博したのである（図2-5-2）。

阪急百貨店は初のターミナル百貨店であり、初の電鉄資本による百貨店でもあった。こうしたターミナルにおける百貨店事業の成功は、ブームを呼び、関西では南海鉄道が1932（昭和7）年に難波駅ビルを高島屋に賃貸したのをはじめ大軌（近鉄）及び阪神、そして関東でも1931（昭和6）年東武鉄道は浅草にビルを建て松屋に賃貸、1934（昭和9）年には東横電鉄が渋谷に百貨店を開業するなど多くのターミナル百貨店が生まれていった。その結果今日では、大規模なターミナルと百貨店は言わばセットのようにして設置されるようになったのである。

さらに、梅田駅周辺では、映画館や劇場などの娯楽施設も開設された。こうして、ターミナルを中心に都市の魅力を象徴するショッピングと娯楽について百貨店と劇場という具体的な施設が揃えられたのである。こうして新興のキタも繁華街として成長し、次第にミナミと並んで大阪で最大の繁華街となっていったのである。

こうした諸々の事業を行い、乗客の誘致に努力をした結果、図2-5-3に見るように次第に乗客数は伸び、1935（昭和10）年には阪急電鉄の年間輸送人員は約6千万人、開業時の

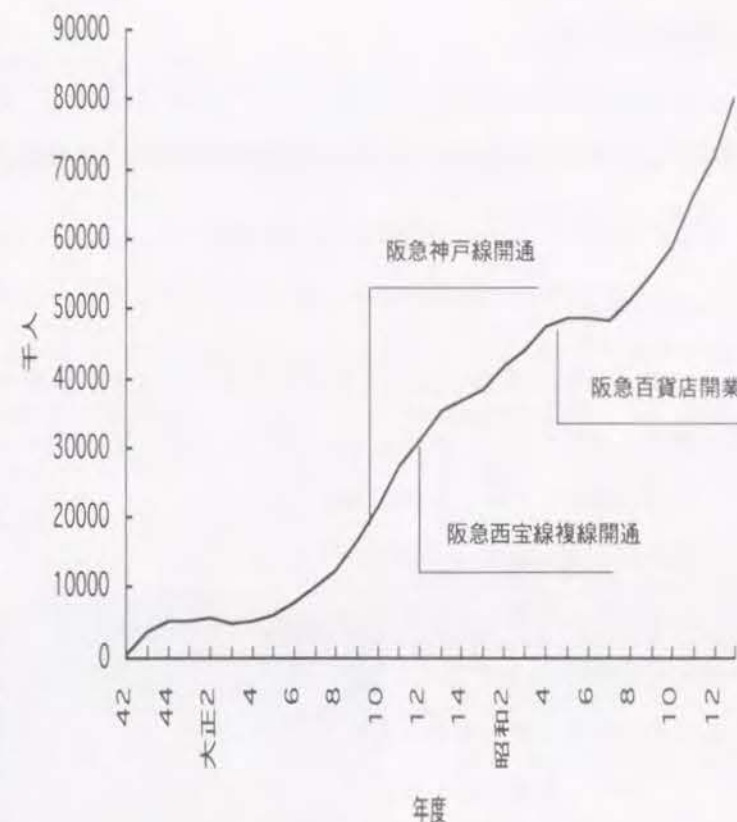


図2-5-3 阪急電鉄の乗客数の推移
[文献20)より、作製：土井]

16倍もの増加となった。

また、ここで述べた郊外住宅地の開発、テーマパークの設置、イベントの開催、学校の誘致等は現在に至るまで鉄道会社が行なう事業メニューの基本的なものであり、それがこの時代に出揃ったのである。

2.5.5 その他の事業

このように鉄道を軸に多様な生活文化系の事業の展開が明治後期から昭和初期に行われ、その沿線の人々に対して、鉄道は通勤通学や行楽などの移動の手段として利用するだけでなく、都市の魅力と人々とを結ぶ施設となっていた。この発想から形成された事業は、単に沿線の居住者に対するものだけではなかった。

例えば、ビジネス・ホテルの誕生である。これを考え出したのも小林一三であった。既にホテルは明治初期からわが国でも開業されていたが、帝国ホテルに代表される「迎賓館」的なものか、箱根の富士屋ホテルのような高級リゾートホテルが主流であった。阪急でもリゾート・ホテル型の宝塚ホテル（1926年）や六甲山ホテル（1929年）は開業していたし、阪神は西の帝国ホテルと言われた甲子園ホテル（1930年）を開業していた。これらのホテルの宿泊客は基本的に一握りの富裕層であった。ホテル経営について、小林は「これからの商売は大衆と直結して、大衆に何ものかの利便を与えつつ、日銭をあげるようなものだけが栄えると思う。その意味で自分は阪急電鉄、阪急百貨店、それから東宝映画会社をやっているが、そのほかに大衆相手の商売として残されたものにホテルがある。」と考へ、具体的には東京においてビジネス・ホテルの建設計画を行っている。すなわち「役所でも会社でも大臣、局長や社長、重役よりも部課長次長級の人々の方が数が多い。…中略…この人々の東京滞在費を調べたところ、平均6円から8円である。だから到底10円の従来のホテルには泊まれない。…中略…もし都心の交通至便な場所に、1泊2円か3円、即ち汽車の二等寝台の料金と同じくらいのホテルがあれば1,000室あったも足りない。」³⁹⁾と考へた。当時の大阪―東京間の二等寝台料金は2円80銭であった。この考へに基づいて1938（昭和13）年に客室626室、日本初の全館冷房「バスなし2円50銭、バス付き3円50銭の画期的料金」で東京・新橋に開業したのが第一ホテルである⁴⁰⁾。これはわが国におけるビジネスホテルの発祥とみることができる。

このように1910年代から1930年代にいたる約30年間は都市内における鉄道の整備とともに、都市における市民生活の基盤が形成された時期であった。この時期に郊外住宅地の開発を中心として阪急は多くの事業の先駆をなしたことにより、その沿線地域のイメージも

先進的な生活文化の舞台であると考えられるようになった。

2.6 まとめ―沿線地域イメージの形成と生活文化の展開―

2.1で見たように現在の鉄道あるいは鉄道沿線について、それぞれ特徴あるイメージが形成されている。これは、それぞれの沿線における都市開発やテーマパーク・イベントなどをはじめとする多種多様な活動の積み重ねの結果によるところのものが多くある。本章では、こうした視点から主に阪神間を中心に鉄道敷設時の1910年前後から、鉄道会社の行う多くの兼業部門のメニューが出そろった1930年代頃までを対象に、これら鉄道会社の事業



図2-6-1 阪急芦屋川駅からの風景（正面の建築物はF.L.ライト設計の旧山邑邸）
[撮影：三木、1993年]

と地域の関係についての歴史的な考察を行うことにより、鉄道の沿線地域イメージの形成プロセスを見たものである。

1.大阪を中心とする鉄道沿線における郊外住宅地開発の背景として考えられるものに次のようなものがある。

(1)1900年前後から大阪は近代工業都市として大きく成長したが、そ

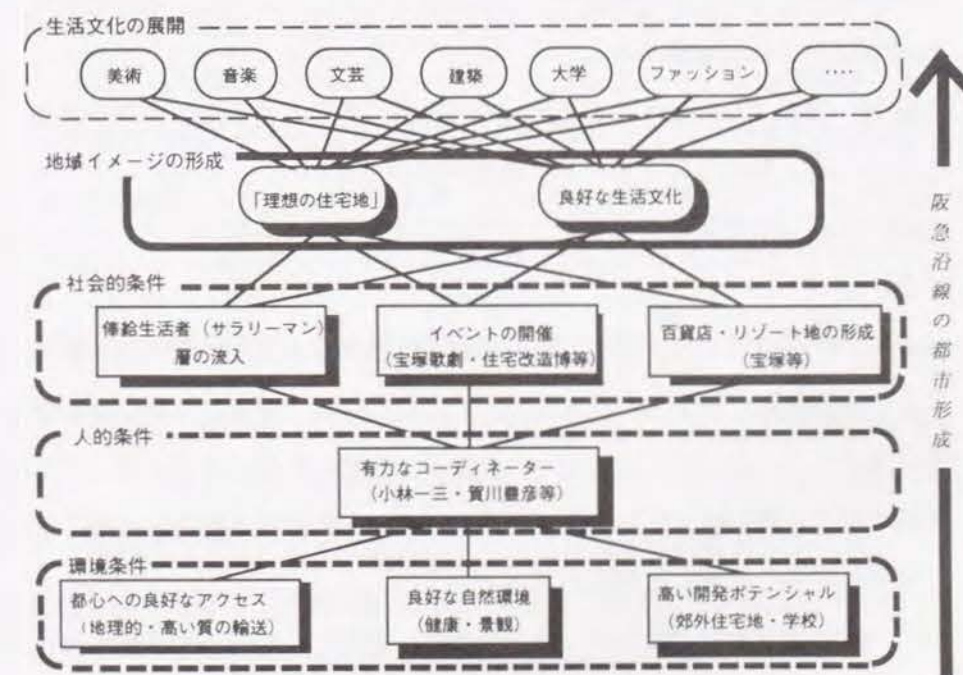


図2-6-2 阪神間；阪急沿線の都市形成の概念図

の一方で大気汚染・水質汚濁などの環境問題も大きくなり、環境の良好な郊外居住に人々の関心が集まった。またイギリスのハワードをはじめとする「田園都市」論がわが国に紹介され、一層郊外居住は注目された。

(2)特に阪急の場合、その沿線に大きな既成集落や広く人々を集める名所に乏しく、鉄道事業単独では経営が困難であった。そこで鉄道経営を支える目的で、小林一三は沿線において郊外住宅地開発を行い、それを月賦式で分譲することによる収益の確保とともに、鉄道利用者の増加を図ったのである。こうしてわが国で最初の割賦式の郊外住宅地が池田室町に誕生したのである。この方法が次第に多くの鉄道会社に広がっていった。

(3)郊外住宅地の宣伝には雑誌・広告などのメディアが使われているが、これより、当時の郊外居住の課題がわかる。すなわち、良好な自然環境と共に、日常生活の利便性や教育施設についても必要とされていた。また、なぜ池田室町が分譲式郊外住宅地の第1号となったのかについては、沿線の中でも商業集積に恵まれていたこと、病院の存在や同時期に開設された大阪府師範学校及び附属小学校があったことなどが関係していたと類推できる。

2.阪神間、特に阪急沿線は図2-6-2に示すように、環境条件、人的条件、社会的条件に恵まれていた。そのために阪急以外による住宅地開発も盛んに行われ、数多くの良好な住宅地が集積し、「理想の住宅地」となっていた。

(1)阪神間は、元々大阪の別荘地として注目されていたように、海と山に挟まれた自然環境に恵まれた地域であった。

(2)阪神・阪急さらにJRもある極めて交通条件に恵まれた地域であり、近隣の大都市である大阪・神戸へのアクセスに恵まれていた。

(3)阪急沿線は既成集落が少なく、結果的には大規模な開発ポテンシャルに恵まれていた。

(4)新たに開発された住宅地では、その地の生活者から新しい理念で幼稚園が誕生したり、生協運動が生まれたりしている。また谷崎潤一郎などの多くの文化人もこの地に集まっている。こうした人々の活動が、地域にとってはコーディネーター的な役割となり、新しい生活を志向する多くの人々を集め郊外住宅地のモダンなイメージ形成に寄与したものと考えられる。

(5)阪神間は鉄道敷設とともに、良好な郊外住宅地としての条件が整えられた。既成市街地をつなぐように敷設された阪神と大規模な未利用地を沿線に持つ阪急とで

は、沿線の位置による開発ポテンシャルに大きな違いが生じる。また既に定常的に乗客の確保ができていた阪神と、いかに乗客の増加を図るのかを志向した阪急との事業に対する姿勢の差により、沿線地域の形成に違いが生じた。

3.郊外住宅地の購入者が当時新たに生まれてきた社会階層のホワイトカラーを中心とする俸給生活者（サラリーマン）層であった。新たな生活文化に対して敏感に反応する、こうした人々を対象に阪急は経営的な事情もあり幅広く生活文化系の事業の展開も行っていた。このことも沿線の地域イメージ形成に影響をするようになった。

(1)阪急では、住宅地分譲だけでは鉄道利用者の増加に時間がかかるために、路線の終端に集客施設としてテーマパークをつくることが考えられた。これが宝塚新温泉であり、ここのイベントの余興からスタートしたものが宝塚少女歌劇であった。宝塚少女歌劇は大きく成長し、阪神間の華やかな地域イメージの形成に大きな影響を与えたものと考えられる。

(2)関西学院をはじめ神戸女学院などの大学が阪急沿線に移転してきたために、沿線に多くの若者が集まり、文教地区的なイメージも形成された。

(3)鉄道利用者を増加する数多くの試みの結果次第に阪急の利用者は増加し、1920年の阪急神戸線開通の頃の鉄道利用者数は年間2,000万人にもなった。この結果ターミナルに当たる梅田駅の乗降客も増加した。これを見込んで開設されたのが、わが国で最初のターミナル百貨店となった阪急百貨店であった。百貨店は食堂をはじめ好評で、これの開設も沿線イメージの形成に関係したと考えられる。

4.こうして、1910年から30年代にかけて、都市を中心とする地域開発の基本的なメニューが出揃った。また交通運輸事業以外で鉄道会社が行う代表的な事業である、不動産業・建設業、百貨店などの流通業、観光・レジャー業、ホテルなどの宿泊業、文化・各種サービス業などもこの時代に出揃い、各鉄道沿線の個性化も始まった。

2.7 補節一阪神間以外における私鉄の事業

これまでに述べた阪神間の私鉄以外の鉄道会社においても、多くの沿線開発事業が行われている。ここでは、次章以降で考察の対象とする関西の大手私鉄である近鉄・南海・京阪について遊園地・テーマパーク事業とターミナル百貨店の概要を述べる。

鉄道敷設以前から存在した名所など以外に、新たに鉄道会社が開設した遊園地・テーマパークのうち、関西で最初のものが1905（明治38）年の南海鉄道（現南海電鉄、以下南海と略す）の浜寺園遊場と、阪神の打出海水浴場である（表2-7-1）。これに続いて1907

表2-7-1 関西私鉄の沿線開発事業年譜

年	鉄道開通	住宅開発	テーマパーク・イベント	百貨店・ホテル開通
1885 明治18年	阪堺鉄道開通			
1897 30	南海鉄道開通			
1898 23		エベネザー・ハワード「明日の田園都市」	淡輪に海水浴場（南海）	
1905 38	阪神電鉄開通		打出海水浴場開設（阪神） 浜寺園遊場開設（南海）	
1906 39	南海食堂車開通		浜寺海水浴場開設（南海）	
1907 40		内務省地方局有志「田園都市」	香櫨園遊園地開設（阪神） 難波に関西競馬倶楽部競馬場を開設	
1908 41		「市外居住のすすめ」（阪神） 大阪毎日新聞「郊外生活」	玉手山遊園地開設（大鉄） 淡輪遊園に汽車ホテル（南海）	
1909 42		西宮で借家経営（阪神） 「如何なる土地を選ぶべきか、 如何なる家屋に住むべきか」（阪急）		
1910 43	箕面有馬電気軌道（阪急）開通 京阪電鉄開通	池田室町住宅地開発（阪急）	箕面動物園開園（阪急） 香里遊園地開設（京阪） 第1回菊人形を香里遊園地で開催（京阪）	
1911 44			宝塚新温泉開設（阪急） 箕面動物園で山手山子供博覧会（阪急） 淡輪遊園地開設（南海） 香里遊園地の廃止と借家経営（京阪）	難波駅待合所に南海食堂開業
1912 45			枚方に菊人形を移して開催（京阪） 大浜公園（阪堺電気）	
1913 大正2		月刊誌「山容水態」（阪急）	香櫨園遊園地廃止（阪神） 宝塚で婦人博覧会（阪急）	
1914 3	大阪電軌（近鉄奈良線）開通	月刊誌「郊外生活」（阪神）	難波に運動場（阪神） 宝塚で婦人博覧会（阪急） 宝塚少女歌劇初公演	
1915 4	南海と阪堺合併		宝塚で家庭博覧会（阪急）	
1916 5		片岡安「現代都市の研究」	難波において宙返り飛行大会（阪神） 宝塚で芝居博覧会（阪急）	
1917 6			難波運動場で第3回全国中学校野球大会	
1918 7			宝塚少女歌劇東京公演	
1919 8		都市計画法・市街地建築法公布 改良住宅設計展覧会（大阪中央 公会堂）	宝塚音楽歌劇学校設立	
1920 9				
1921 10				難波買組合設立
1922 11		箕面桜ヶ丘で住宅改修博覧会（日 本建築協会）	京阪グランド開設	
1923 12			西宮球場会場（阪急）	
1924 13			甲子園球場開設（阪神） 大阪朝日新聞主催全国中学校優勝野球大会 （甲子園） 宝塚大劇場開設（阪急）	
14		小阪・長瀬・生駒住宅地開発（近鉄）		
1926 15			近鉄あやめ池遊園地開園	大鉄ビルディング落成 梅田に直営洋食堂（阪神） 宝塚ホテル開業（阪急）
1927 昭和2			枚方遊園の共同経営廃止京阪車線に	
1928 3			甲子園で阪神大博覧会開催（阪神）	
1929 4		枚方東口朝日ヶ丘経営地売却 （京阪）	近鉄あやめ池温泉開業 生駒山上遊園地開園（近鉄） 花園ラグビー場開場 甲子園球場（阪神パークの前身）開設	阪急百貨店梅田に開業 六甲山ホテル開業（阪急）
1930 5				甲子園ホテル竣工（阪神）
1932 7		阪急電鉄、石橋温泉村住宅地 甲子園住宅地（阪神）		難波の南海ビル完成。萬屋屋が出店
1933 8		阪急電鉄、伊丹豊崎村住宅地 香里園住宅地（京阪）		三宮阪神ビル「神戸そごう」に賃貸
1934 9		生駒山上住宅地に着手（近鉄）		六甲オリエンタルホテル開業（阪神）
1935 10		初芝住宅地（南海）	阪神水泳館（阪神） 大阪野球倶楽部（大阪タイガース）を設立	
1936 11				大鉄ビル内に直営百貨店を開業（近鉄） 生駒山観光ホテル開業（近鉄） 第一ホテル開業（東京）
1938 13		萬屋池南園住宅地（近鉄）	南海野球設立	
1940 15			あやめ池・生駒山同遊園地で「航空日本大 博覧会」	阪神マート（阪神百貨店の前身）開業
1941 16				梅田阪神ビル竣工

参考文献24）、30）、41）、43）、44）より土井作製

（明治40）年阪神の香櫨園遊園地、1908年大阪鉄道（現、近鉄南大阪線）の玉手山遊園地、1909年京阪電鉄（以下、京阪と略す）の香里遊園地、1910年には阪急の箕面動物園、1911年同じく阪急による宝塚新温泉の開設というように、一気に遊園地の開設が進んだ。

なお、大阪電軌（現、近鉄奈良線他、以下近鉄と略す）のあやめ池遊園地は1926（大正15）年の開設であり、これら一団となった私鉄の遊園地開設ブームとは10年余り時期がずれたものとなっている。近鉄ではさらに1929（昭和4）年に余興場、遊技場、食堂などのあるあやめ池温泉場、生駒山上遊園地、花園ラグビー場も開設している。このあやめ池の施設は後の1957（昭和32）年には大阪松竹歌劇団の音楽学校校舎として賃貸されている。

京阪は今も秋に多くの人々を集めている枚方の菊人形を電車開通時の1910（明治43）年から香里遊園地で、その2年後からは枚方に移転して開催（主催は大阪新報社）している。しかし、京阪では遊園地事業に投資を行うことを避け、早くも1911年に香里遊園地は廃止され、その跡地は借家経営用地となった⁴¹⁾。

南海は、1905（明治38）年に大阪府下四公園の一つ浜寺⁴²⁾に園遊場・会社直営食堂・公会堂を設けたことから始まる。それまでの南海は路線の延長・複線化などの事業拡充期であり、鉄道以外の事業には取り組んでいない。

さらに翌1906（明治39）年には大阪毎日新聞社と提携して浜寺には海水浴場も開設している。ここでは花火大会なども行っており、一夏100万人の来場者を集めている。

1906（明治39）年には我が国で最初の食堂車を、難波一和歌山間の急行列車に設置したり、1908（明治41）年には淡輪に客車を改造した汽車ホテルを開業、さらに1911（明治44）年には難波駅待合所二階に南海食堂を開業するなど乗客に対するサービスとともに多くの話題づくりを行った。これらのアイディアと、その実施にあたっては当時常務であった大塚惟明の果たした役割が大きい⁴³⁾。また、1915（大正4）年に南海と合併する阪堺電気軌道も大浜公園を堺市から借受け片岡安設計の大浜公会堂を建設している。さらに、汐場を開業し多くの人々を集めたが、これは南海との乗客獲得のための対抗上というようにも考えられる。

このように南海でも、多くの事業に取り組んでいる。ただ、これらの事業は鉄道の乗客を誘致することを主な目的としたものであり、阪急のように単独で大きく事業として展開することまでは考えられていなかったように思われる。

第2章参考文献

1) 竹村民郎：二十世紀初頭日本における機械文明の受容と阪急「交通文化圏」の成立－小林一

- 三による阪急電車沿線開発と宝塚少女歌劇創設をめぐる一，大阪産業大学論集—社会科学編71，大阪産業大学学会，pp.1～15，1988.
- 2)木下栄蔵・佐佐木綱：階層分析法による鉄道とターミナルのイメージ構造分析，土木計画学研究・講演集No.10，pp.9～16，1987.
- 3)プラン・ドウ：「なにわ考現学'94」，プラン・ドウ，pp.64～70，1994.
- 4)例えば、大阪市都市住宅史編集委員会編：「まちに住もう—大阪都市住宅史—」，平凡社，1989.
- 5)安田孝：「郊外住宅の形成／大阪—田園都市の夢と現実」INAX ALBUM10，株式会社INAX，1992.
- 6)大阪市都市住宅史編集委員会編：「まちに住もう—大阪都市住宅史—」，平凡社，pp.315，1989.
- 7)前掲5)，pp.6～11.
- 8)Ebenezer Howard：Garden Cities of To-morrow，The Town and Country Planning Association，1965. [長素連訳：「明日の田園都市」，鹿島出版会，1968.]
- 9)内務省地方局有志編：「田園都市」，博文堂，1907.
- 10)前掲6)，pp.328.
- 11)青木栄一：『阪急』平野の開発—阪急電鉄路線網の形成と地域開発—，鉄道ピクトリアル第28巻第5号臨時増刊号，鉄道図書刊行会，pp.10～15，1978.
- 12)高田謙吉編：「市外居住のすゝめ」，阪神電気鉄道株式会社，1908.
- 13)箕面有馬電気軌道：「如何なる土地を選ぶべきか 如何なる家屋に住むべきか」，pp.2，吉原政義編集発行：「阪神急行電鉄二十五年史」収録，1912.
- * 14)土井勉：箕面有馬電気軌道の企業PR誌・『山容水態』について，館報池田文庫No.2，阪急学園池田文庫，pp.21～23，1992.
- 15)片岡安：「現代都市之研究」，建築工芸協会，1916.
- 16)京阪神急行電鉄株式会社編集兼発行：「京阪神急行電鉄50年史」，pp.118，1959.
- 17)坂本勝比古：阪神間の住宅地形成に関する基礎的研究(1)—近代日本の大都市郊外住宅地形成過程—，住宅総合研究財団研究年報No.20，pp.147～157，1993.
- 18)小林郁雄：ニュータウン阪神間，ひろば(1988年2月号)，近畿建築士会協議会，pp.34～37，1988.
- 19)池田市史編纂委員会：「新版池田市史」，池田市，PP.634，1971.
- 20)小林一三：「逸翁自叙伝」，産業経済新聞社，PP.175，1953.

- 21)一岡泰子：「阪神間における住宅地開発の計画内容に関する戦前戦後の比較研究—阪急電鉄における大規模戸建て住宅地を事例として—」，大阪大学工学部環境工学科修士論文，1995.
- 22)前掲19)，PP.636～637.
- 23)有馬箕面電気軌道：理想の台所，山容水態1916年5月号，pp.22～23，1916.
- 24)吉原政義編集発行：「阪神急行電鉄二十五年史」，1912.
- 25)週刊朝日編：「続・値段の明治・大正・昭和風俗史」，朝日新聞社，pp.17～21，pp.157～161，1981.
- 26)前掲16)，pp.121～122.
- 27)前掲20)，pp.175～177.
- 28)矢野一郎述：「田園調布の大恩人 小林一三翁のこと」，(財)矢野恒太記念会，pp.4～6，1986.
- 29)小林一三：「宝塚生い立ちの記」，小林一三全集第二巻，ダイヤモンド社，pp.446，1961.
- 30)日本経営史研究所：「阪神電鉄80年史」，阪神電鉄，pp.119，1985.
- 31)橋本雅夫：「宝塚歌劇の70年」，宝塚歌劇団，pp.47，1984.
- 32)木下成：夢を描いて華やかに—宝塚歌劇団の80年—，土木学会誌Vol.79，pp.94～98，1994年11月.
- 33)津金澤聰廣：「宝塚戦略 小林一三の生活文化論」，講談社現代新書，pp.160～163，1991.
- 34)安田孝：箕面・桜ヶ丘の住宅改造博覧会—その歴史的意味と意義、INAXギャラリー企画委員会：「大正「住宅改造博覧会」の夢」別冊INAXBOOK収録，pp.33～39，INAX，1988.
- 35)関西学院高等部百年史編纂委員会：「関西学院高中部百年史」，関西学院高中部，pp.88～93，1989.
- 36)藤森照信：ライトと旧甲子園ホテル，「阪神間ルネッサンス シンポジウム記録」所収，武庫川女子大学生活美学研究所，pp.19～23，1992.
- 37)前掲16)，pp.167～168.
- 38)阪急百貨店社史編集委員会：「株式会社阪急百貨店25年史」，阪急百貨店，1976.
- 39)土屋計左右：「小林一三翁の追憶」，阪急電鉄，1961.
- 40)新阪急ホテル25年史編纂委員会：「新阪急ホテル25年史」，新阪急ホテル，1992.
- 41)京阪電気鉄道史料編纂委員会：「鉄路五十年」，京阪電気鉄道，1960.

42)山崎直方・佐藤伝蔵共編：「大日本地誌・巻四」，博文館，1905。残りの三公園は天王寺・住吉・箕面

43)南海電鉄：「南海電気鉄道百年史」，南海電鉄，1985。

44)近畿日本鉄道：「近畿日本鉄道50年のあゆみ」，近畿日本鉄道，1970。

*45)土井勉・河内厚郎：鉄道沿線における郊外居住地の開発と地域イメージの形成，土木史研究第15号，pp.1～13，1995。

*46)土井勉：鉄道敷設と郊外居住を中心としたライフスタイルの形成についてー主に阪神間を中心とした関西における1910年代から30年代の生活関連事業ー，交通科学Vol.24，No.12，pp.3～13，1996。

*48)土井勉：阪神間の地域イメージを考える，阪急沿線都市研究会編「ライフスタイルと都市文化ー阪神間モダニズムの光と影ー」所収，東方出版，pp.9～22，1994。

*49)土井勉：まちづくりと阪急電鉄，AURORA Vol.4，伊丹都市政策研究所，pp.14～21，1994。

(本研究の一部は、以上の*印の論文に発表されている。)

第3章 調査の枠組みと構成地物の抽出

第3章 調査の枠組みと構成地物の抽出

3.1 関西5私鉄沿線における調査対象地域の概要

地域イメージに関して言語の連想をもとに定量的な考察を行うためには、その数値の意味を把握することが必要となる。ここでは、複数の地域を調査対象として、その比較分析を行うことにより、調査方法の普遍性の確認と調査結果の意味の把握を行うことを考えた。調査対象地域については、図3-1-1に示すような明治中期以降に大阪市を中心にして放射状に敷設された阪急電鉄、近畿日本鉄道、南海電気鉄道、京阪電気鉄道、阪神電気鉄道の沿線とした。

本研究で取り上げる鉄道沿線は、図3-1-1に示す通りであるが、これらの鉄道の特徴と、調査対象沿線を代表する都市の概要をまとめたものが表3-1-1と表3-1-2である。

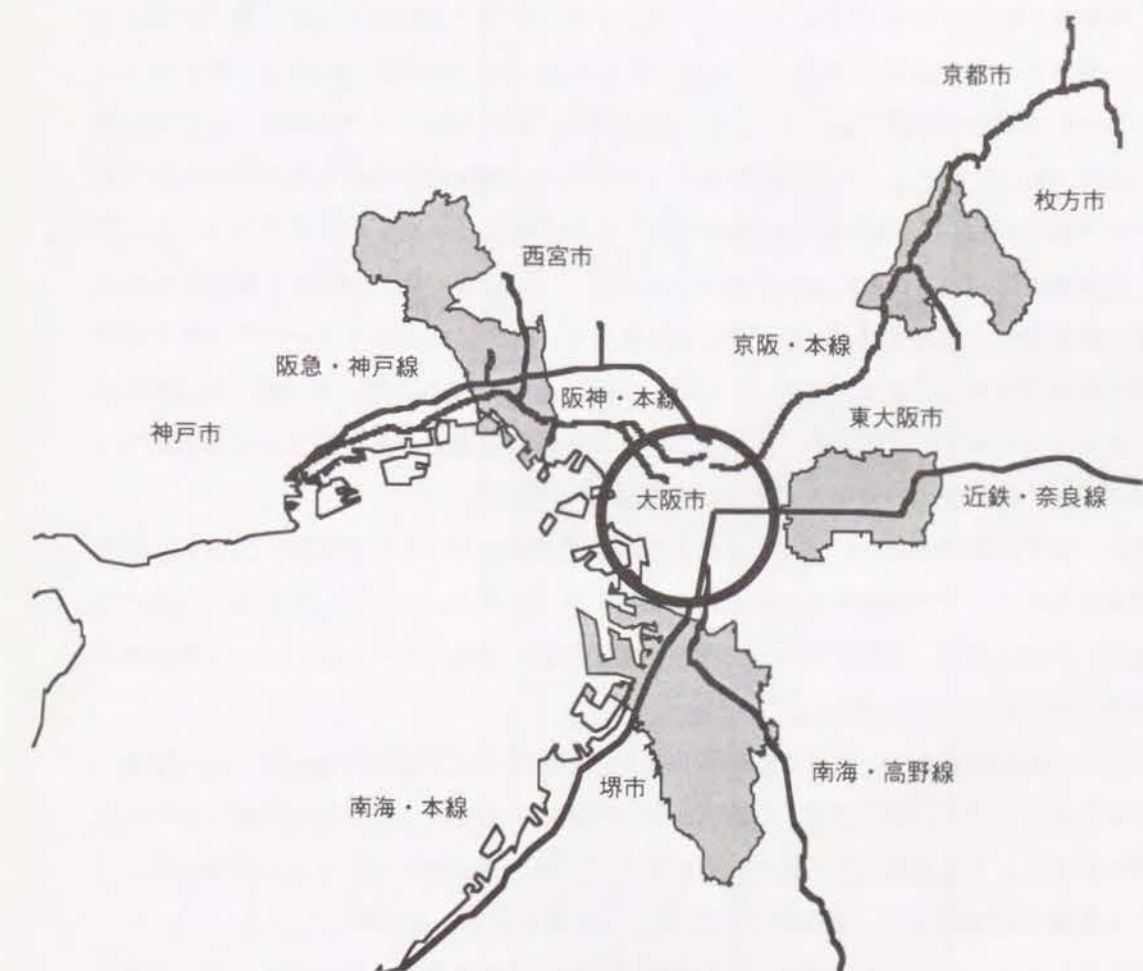


図3-1-1 調査対象沿線と対象都市

5つの鉄道の中では阪堺鉄道（現在の南海電気鉄道以下、南海と略す）が1885（明治18）年と最初に開設された。次いで阪神電気鉄道（阪神と略す）が1905（明治38）年、箕面有馬電気軌道（現在の阪急電鉄、阪急と略す）、京阪電気鉄道（京阪と略す）、大阪電気軌道（現在の近畿日本鉄道、近鉄と略す）は共に1910（明治43）年に開設されている。南海以外は、ほぼ同時期に鉄道が開通したのである。明治後期から昭和初期にかけての関西は、言うなれば鉄道敷設のブームにあり、この他にも多くの鉄道会社が設立されている。したがって、これ以降の各鉄道会社の沿革は複数の鉄道会社との合併の歴史でもある。特に第二次世界大戦中は戦時私鉄合併政策により阪急（当時は阪神急行電鉄）と京阪が1943（昭和18）年から1949（昭和24）年のあいだ合併し京阪神急行電鉄を名乗っていた。南海（当時は南海鉄道）も近鉄（当時は関西急行鉄道）と1944（昭和19）年から1947（昭和22）年まで合併し、この時の会社名が近畿日本鉄道であった。こうした、大きな合併以外にも、特に近鉄・南海は会社設立以来、数多くの鉄道会社との合併を通して、その路線を拡大してきた。

表3-1-1より、5社の中で最も路線延長の長いものは大阪・京都・奈良・三重・愛知・岐阜の2府4県にわたり594.2kmの路線延長を持つ近鉄であり、反対に最も短いものは大阪府・兵庫県を結ぶ阪神の45.1kmであることがわかる。年間の全路線における輸送人員については最も多いのが阪急の8.1億人であり、最も少ないものは阪神の2.4億人。最も乗降人員の多い駅は阪急梅田駅の61.3万人／日で南海なんば駅の39.4万人／日が続く。また、阪急・阪神（25.1万人／日）の梅田駅が集まる梅田周辺にはJR西日本の大阪駅や大阪市交通局の地下鉄も3駅あり、大阪の二大繁華街のひとつである「キタ」が形成されている。同様に近鉄難波駅（21.2万人／日）、南海なんば駅（39.4万人／日）の集まる地域でもJR西日本の難波駅や大阪市交通局の地下鉄が3線集まり、キタに対してもう一つの大阪市の繁華街である「ミナミ」が形成されている。京阪は大阪のCBDに近い淀屋橋（19.2万人／日）をターミナルとしているが、途中JR西日本の大阪環状線との乗換駅である京橋駅の方が24.7万人／日と多くの乗降人員をさばく駅となっている。

次に、調査対象地域については、それぞれの鉄道沿線にある比較的規模が大きく、都市内に良好な住宅地や工業地域を含む都市として、阪急・阪神については西宮市、近鉄は東大阪市、南海は堺市、京阪は枚方市を中心とする沿線の地域としている。これらの都市のプロフィールについては表3-2-2にまとめている。

西宮市は人口43万人で、古くから中国街道や西国街道が通り瀬戸内海舟運の拠点であった。また夷（えびす）信仰で有名な西宮神社の門前町でもあり、江戸時代中期以降には灘の酒の産地としても発展した。また、大正期以降は第2章で述べたように大学等が多く立地する高級住宅地となり、現在の西宮市は「文教住宅都市」を標榜している。

東大阪市は人口52万人で、1967年に布施市・河内市・枚岡市の3市が合併によって誕生

表3-1-1 鉄道プロフィール²⁾

	阪急電鉄	近畿日本鉄道	南海電気鉄道	京阪電気鉄道	阪神電気鉄道
開業	1910年（箕面有馬電気軌道）	1910年（大阪電気軌道）	1885年（阪堺鉄道）	1910年	1905年
全体路線延長 (km)	146.6	594.2	164.7	91.9	45.1
輸送人員 (1990年) 千人	806,803	788,620	306,913	416,312	246,932
調査対象路線	神戸線	奈良線	本線・高野線	本線	本線
当該路線開通年	1920年	1914年	1903年（南海本線）	1910年	1905年
主な経由都市	大阪市・尼崎市・西宮市・芦屋市・神戸市	大阪市・東大阪市・生駒市・奈良市	大阪市・堺市・和泉市・岸和田市・富田林市・河内長野市・和歌山市	大阪市・守口市・門真市・寝屋川市・枚方市・八幡市・宇治市・京都市	大阪市・尼崎市・西宮市・芦屋市・神戸市
主要駅と乗降人員 (千人／日)	梅田(613)・十三(98)・塚口(67)・西宮北口(69)・夙川(31)・岡本(32)・六甲(45)・三宮(110)	近鉄難波(212)・上本町(126)・鶴橋(223)・布施(69)・橿原山(35)・生駒(49)・幸国前(83)・大和西大寺(54)・近鉄奈良(85)・阿倍野橋(230)	なんば(394)・新今宮(114)・堺(34)・岸和田(31)・みさき公園(8)・和歌山市(32)・堺東(80)・三国ヶ丘(42)・全圃(46)・河内長野(39)・橋本(11)	淀屋橋(192)・北浜(60)・天満橋(93)・京橋(247)・守口市(60)・寝屋川(96)・枚方市(93)・楠葉(74)・丹波橋(69)・七条(25)・四条(69)・三条(55)	梅田(251)・野田(48)・尼崎(53)・武庫川(29)・甲子園(63)・西宮(40)・芦屋(33)・御影(34)・三宮(109)

表3-1-2 調査対象都市のプロフィール²⁾、3)、4)

中心的都市 プロフィール	阪急・阪神 西宮市	近鉄 東大阪市	南海 堺市	京阪 枚方市
	1925年市制。市街地は海岸の平野部と六甲山地南東麓の台地部に発達し、JR・阪急・阪神や名神高速道路・国道2号、43号等も南部に集中している。はじめは、西宮神社の門前町として発達、江戸中期には灘の酒の全国的産地となった。大正期以降は大阪の高級住宅地となり、また昭和初期には大学の移転があり、現在6大学の立地する学園都市となっている。	1967年に布施市・河内市・枚岡市が合併し改称した。大阪一帯の最短期間の奈良街道と東高野街道の交点に当たり、古くからの交通の要衝であった。現在も、中央環状線・外環状線等の道路が通り、流通センターが多く立地している。	1889年市制。仁徳陵をはじめ大小約60の古墳が集中する。応仁の乱以後、海外の窓口となり、その富を背景に自治都市へと発展した。16世紀末に豊臣秀吉の命により商人が大坂に移されたため、堺の繁栄も大坂に移った。明治期以降市の東部に都市化が進み、市営・府営・公団の住宅団地が建設され、1964年からは1,520haにわたる泉北ニュータウンも建設された。	1947年市制。豊臣秀吉築造の淀川の堤防上に京街道がつくられ、1601年その宿駅となった。また淀川舟運の河港でもあった。現在は、国道1号沿いに多くの工場が進出、同時にかつて東洋一といわれた公園の香里団地など大規模な住宅建設が鉄道沿線中心に行われている。
人口(1990年)千人	426	520	813	391
都市計画区域面積(ha)	10,023	6,172	13,768	6,452
製造品出荷額(1991年)千万円	66,205	202,101	279,619	92,544
卸売業年間販売額(1991年)千万円	46,908	218,149	116,725	17,864
小売業年間販売額(1991年)千万円	41,925	53,057	86,700	36,671
基本計画にみる将来像	文教住宅都市・西宮 (出会い・創造・にしのみや)	人間尊重に根ざした 市民都市の創造	創造し伝承を はぐくむ都市、堺	緑と文化を育む、 人と人のふれあい あるまち、枚方
PT発生集中交通量(1990年)(%)	2,192,931(100.0)	2,474,136(100.0)	3,499,937(100.0)	1,914,850(100.0)
出勤目的発生集中量(1990年)(%)	271,944(12.4)	392,205(15.9)	524,970(15.0)	265,147(13.8)
自由目的発生集中量(1990年)(%)	558,772(25.5)	506,286(20.5)	777,760(22.2)	438,902(22.9)
財政規模(普通会計・1993年度)億円	1,542	1,702	2,659	1,026
主な都市開発プロジェクト	・西宮北口再開発 ・マリナーシティ	・東大阪新都心整備	・中百舌新都心 ・臨海新都心	・枚方市駅周辺地域整備構想 ・関西文化学術研究都市の水 室・津田地区 ・第二京阪道路
公示地価・商業地最高額(1994年)円/m ²	1,950,000	1,450,000	1,500,000	1,460,000
公示地価・住宅地最高額(1994年)円/m ²	730,000	445,000	440,000	350,000

した。もともとこの地域は奈良街道と東高野街道の交点にあたり、交通の要衝であったところから発展した。これは、現在も同様で大阪の主要幹線道路である中央環状線や外環状線が市域を通り、このロケーションを生かして流通センターなどが多く立地している。

堺市は人口81万人と、調査対象都市の中では最も人口の大きな都市である。古代から開け、仁徳天皇陵など多くの古墳が存在する。室町時代後期には海外貿易で栄え自治都市として繁栄したことも有名である。近代以降は大阪に隣接する都市として臨海部の埋め立てによるコンビナートの建設や、内陸部の1,520haに及ぶ大規模な泉北ニュータウンなどの建設がなされている。

枚方市は人口39万人で、江戸時代前期より京街道の宿駅であるとともに淀川舟運の河港であったことから成長した都市である。現在でも国道1号などが市域を通り交通の要衝であり、その立地特性を生かして多くの工場進出や住宅団地の形成がなされている。

こうして、4都市を見るといずれもが交通の要衝に立地した都市であるということができる。この中でも東大阪市は卸売業年間販売額が2.2兆円、堺市は製造品出荷額が2.8兆円とずば抜けて多く、西宮市・枚方市に較べると産業都市としての傾向が強い。これは1990年のパーソントリップ調査の発生集中量を見ても、東大阪市・堺市では出勤目的のシェアが15%を超えており、他の都市と比べて働く場が数多く立地していることが推測される。

また公示地価については東大阪市・堺市・枚方市の1994年の公示価格の最高額は商業地で150万円/m²程度、住宅地で35～45万円/m²と大きな差はない。これに比べ西宮市では商業地・住宅地の最高額が、それぞれ195万円/m²、73万円/m²と他の3都市よりも、かなり高いことがわかる。

鉄道の利用状況では、阪急の西宮北口駅の乗降客数は6.9万人/日、近鉄の布施駅6.9万人/日、南海は本線の堺駅で3.4万人/日、高野線の堺東駅は8.0万人/日、京阪の枚方市駅で9.3万人/日、阪神の西宮駅で4.0万人/日の乗降人員であり、各鉄道共に、中間駅の中では多くの利用者がある駅と位置づけられる。

3.2 鉄道沿線地域における構成地物の抽出

3.2.1 構成地物と普通名詞・固有名詞の定義

地域イメージは個々の地物に関するイメージの集合体であり、地域全体の総合評価であるというように考えられる。したがって、個々の地物と地域イメージとの関係を把握する必要がある。ここでは、鉄道沿線における地域イメージの構造を把握するために、地域と、地域を構成する地物と地域イメージとの連想関係について言語を用いて調査を行うことにした。

言語を用いて地域イメージの調査を行う点については、例えば佐伯胖が「近年の認知科

学の発展によって、記号の世界とイメージ世界を行き来して、人間が物事を理解していることが明らかになってきた」⁶⁾と述べているように、記号とイメージとの関係に着目したことによる。佐伯のいう記号は言語や図形などの幅広い概念であるが、ここでは、この記号を地域を構成する言語としての名詞＝構成地物と考えた。

構成地物とは地域イメージを構成する地物という意味であり、地域計画的な視点から見れば、計画の要素となるものである。

本研究では、この構成地物を「普通名詞」と「固有名詞」の二つに分類した。

ここでいう「普通名詞」は、実際に存在する事柄に関して記号的に一対一に対応するのではなく、地域が異なっても汎用的に、地域イメージを形成する要素となるものであると考えた。もちろん調査対象者の在住地によって全く同じものが想定されることはないが、次に述べる固有名詞に比べると地域の色が着いていない一般的な言葉、あるいは通常用いられる「個体を示す名詞」(広辞苑)と考えて差し支えない。

また、ここで「固有名詞」とは、地域イメージを形成する要素のうちで、例えば六甲山、伊勢神宮、難波、枚方菊人形、灘の生一本などのように、通常用いられる地名や人名など「一つのものに限った名称を表す名詞」(広辞苑)を指す。さらに、本研究では地域を代表する名所・名物・地場産業などに関係する「桜」(阪急など)「菊」(京阪)「ラグビー」(近鉄)「ヨット」(阪急・阪神)「自転車」(南海)などは一般的には普通名詞として扱われるものであるが、各鉄道沿線において地域限定的に用いることにより、特定の地物を指すことになり、これについても固有名詞として扱うものとする。この点で通常の固有名詞と本研究における固有名詞は定義が異なるために注意を要する。

このように定義した「固有名詞」によって、各鉄道沿線に関してそれぞれ個別の地域イメージを調査し、同時に「普通名詞」を用いることで、固有名詞に比べて、より一般的な「まち」に関する地域イメージを把握することを考えた。

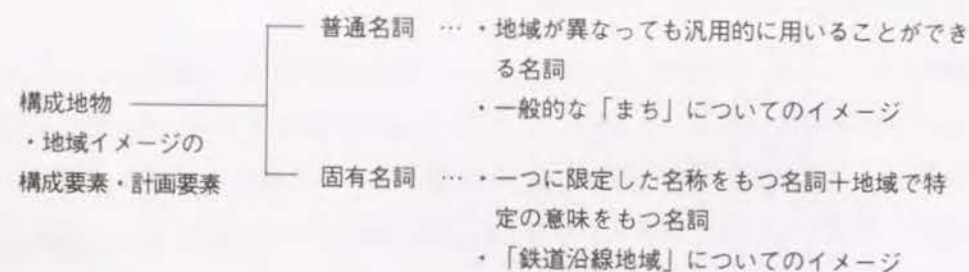


図3-2-1 構成地物と普通名詞・固有名詞

3.2.2 普通名詞の抽出

地域を考える場合に、しばしば用いられる普通名詞には「山」「河川」等の自然に関するもの、「神社」「祭」「学校」等の歴史・文化的あるいは文化的な事柄、「工場」「商店」等の産業に関するもの、「住宅地」「公園」等の広い意味で都市施設に関するもの、「鉄道」「道路」等交通施設に関するものなど極めて幅広く存在する。本研究で取り上げる地域イメージと関係する普通名詞については都市計画と名詞の関係についての先行的な研究である佐佐木綱ら⁷⁾の研究成果を踏まえるものとする。この研究は、名詞279個(うち普通名詞221個、東京・大阪などの都市名8個、京都に関する固有名詞50個)を対象にして、その名詞の男性性・女性性という視点からまちづくりの方向に関する考察を行ったものである。例えば、高速道路・工場地帯・橋梁は男性性が強く、花・スーパーマーケット・公園では女性性が強い名詞という結果が明らかにされている。

この研究で取り上げられた普通名詞221個のうちで台風・雷・空などの気象に関するものについては、大阪を中心とする鉄道沿線で大きな気候上の差はなく、これが直接沿線の地域イメージに関係することは少ないと考え、ここでは調査対象の普通名詞から除いた。また原始林・半島・大河については鉄道沿線という地域を対象にした場合に、地方レベルのものと考えられ、これらも除外した。さらに十字路・点などについても都市内のミクロ的な地点を示すものと考えられ鉄道沿線の地域イメージを考える場合にスケールが合わないので除外した。これらを除いた合計121個を本研究では地域イメージと関連する普通名詞として調査に用いることにした。

これらの普通名詞を分類整理すると「山」「河川」など自然に関するもの、「史跡」「祭」など歴史・文化に関するもの、「工業」「スーパーマーケット」など産業社会に関するもの、「住宅地」「公園」「再開発」など都市施設に関するもの、「鉄道」「幹線道路」など交通施設に関するものという5つのジャンルに大きくまとめることができるように考えられる(普通名詞の一覧については付表3-1)。したがって、これ以降は5つのジャンル別に構成地物を大きく分類して考察を進めることにする。

3.2.3 固有名詞の抽出

固有名詞については各鉄道沿線ごとに地域イメージと関係があると考えられる地物を抽出する必要がある。ここでは沿線ガイドブック、観光案内書、沿線情報誌、沿線の各自治体が発行する市の紹介冊子、「基本構想」・「基本計画書」、各種統計書などを参照し候補となる地物を選ぶことにした。このようにして選んだ固有名詞についても、普通名詞の場合と同様に自然、歴史・文化、産業社会、都市施設、交通施設の5つのジャンル別に分類を行うことにした。その結果、各鉄道沿線ごとにジャンル別でそれぞれ30個以上の地物

表3-2-1 各鉄道沿線における構成地物（普通名詞・固有名詞）の数

	普通名詞	固有名詞				
		阪急	近鉄	南海	京阪	阪神
自然	20	20	18	20	20	18
歴史・文化	28	37	30	26	42	37
産業社会	26	34	25	25	31	36
都市施設	25	29	20	21	20	22
交通施設	22	28	24	25	31	26
計	121	148	117	117	144	139

を抽出し、沿線に住む人々を対象に沿線イメージとの関係についての事前調査を行い、20～30個程度に固有名詞を絞り込んだ。こうして抽出した各鉄道沿線の固有名詞については付表3-2に示す。

固有名詞を抽出する場合に注意したことは都市施設などの物的なものだけではなく、祭や人物、文化財、イベントなどの事柄に関するものや名所・名物・地場産業などに関するものについても地域イメージを構成する要素として抽出するようにした点である。従来の地域イメージ研究においては、地域イメージは主として都市の物的な構成要素から形成されているとする研究が多かった。例えばK.リンチは都市のイメージ⁸⁾が、人の通る道筋である<パス>、河川などの空間を区切る<エッジ>、繁華街などの特徴ある場所である<ディストリクト>、駅などの結節点の<ノード>、都市の目印である<ランドマーク>という5つの構成要素から形成されていることを明らかにしている。これらは総てここで言う物的なものであり、ソフトな事柄については直接的な地域イメージの構成要素としての対象とされてはいない。

しかし、地域の個性を考え、地域イメージを考える場合においては、人々の心の中に生起する地域イメージは物的なものによってのみ形成されるのではないように思われる。物的なものとともに、その地域に固有の歴史的・土着的文化などのソフトな事柄についても地域イメージを構成する要素として認識することが重要であると考えられる。

したがって、それぞれのジャンルにおいて、山や川、施設などの物的なものだけでなく祭や人物、ファッションなどの都市における活動などのソフトな事柄についても可能な限り抽出を行い、事前調査を行い調査に用いる固有名詞として絞り込んだ。こうした考え方と手続により、抽出した普通名詞と固有名詞のうちで事柄に関するものについては表3-2-2にまとめて示している。

3.3 調査の方法

本研究で対象にした鉄道沿線は既に述べたように関西を代表する阪急・近鉄・南海・京阪・阪神の5つであり、これら各鉄道沿線における調査の方法は全て共通しているの、

表3-2-2 事柄に関する普通名詞・固有名詞

普通名詞	阪急：固有名詞	近鉄：固有名詞	南海：固有名詞	京阪：固有名詞	阪神：固有名詞
自然	17 草 18 花	14 松 15 桜 16 梅 17 桜 18 梅	16 杉 17 桜 18 梅	12 桜 13 梅 14 梅	15 松 16 桜 17 梅
歴史・文化	21 名物 22 民話 23 物語 24 言葉 25 風景 26 夜景 27 イベント 28 祭 29 芸術 30 コンサート	21 外車 22 細雪 23 平家物語 24 へ村のばら 25 西宮宮水 26 六甲からの夜景 27 神戸アーバン・ポート博 28 神戸まつり 29 御堂筋パレード 30 宝塚歌劇 31 サロン文化 32 阪神タイガース 33 テニス 34 アリカン・フットボール 35 ヨット 36 近松門左衛門 37 小林一三 38 村上春樹	33 世界ポート博 34 御堂筋パレード 35 堺まつり 36 今宮十日戎 37 岸和田だんじり祭 38 高野山ろうそく祭 39 弘法大師 40 真田幸村 41 徳川吉宗 42 与謝野晶子 43 有吉佐和子	22 枚方菊人形 23 洞が峠の日和見 24 牛若丸と弁慶 25 くらわんか舟 26 セタ 27 祇園祭り 28 大文字送り火 29 天神祭り 30 時代祭り 31 花火大会 32 御堂筋パレード 33 道頓堀通抜け	19 外車 20 細雪 21 平家物語 22 西宮宮水 23 六甲からの夜景 24 神戸まつり 25 御堂筋パレード 26 宝塚歌劇 27 サロン文化 28 阪神タイガース 29 テニス 30 アリカン・フットボール 31 ヨット 32 近松門左衛門 33 小林一三 34 村上春樹
産業社会	49 重化学工業 50 食品業 51 交通業 52 繊維産業 53 工業 54 オフィス 55 企業 56 おしゃれな街 57 都会 58 人混み 59 パチンコ 60 競馬 61 競輪 62 競艇 63 競艇 64 競艇	49 柿 50 柏原ぶどう 51 柿の葉寿司 52 ハウス食品 53 コクヨ 54 くだもの 55 金魚 56 奈良競輪	47 クボタ 51 くだもの 52 かに道楽 53 グリコ 54 住之江競艇 55 紡績 56 自転車 57 釣竿 58 タマネギ 59 ミカン 60 鮎	63 伏見の銘酒 64 松下電器 65 サンヨー 66 任天堂 67 ダイエー 68 文化住宅	56 製鉄 57 造船 58 阪神工業地帯 59 瀬の生一本 60 洋菓子 61 貿易 62 外資系企業 63 アパレル 64 西宮競輪 65 地下街 66 有明マダム 67 モダンイズム 68 競艇 69 フォーション 70 サラリーマン
都市施設	115 自動車 116 トラック 117 オートバイ 118 バス 119 自転車 120 飛行機 121 船	102 身障者用エレベーター 103 点字表示 104 エスカレーター			125 身障者用エレベーター 126 点字表示 127 エスカレーター
交通施設					

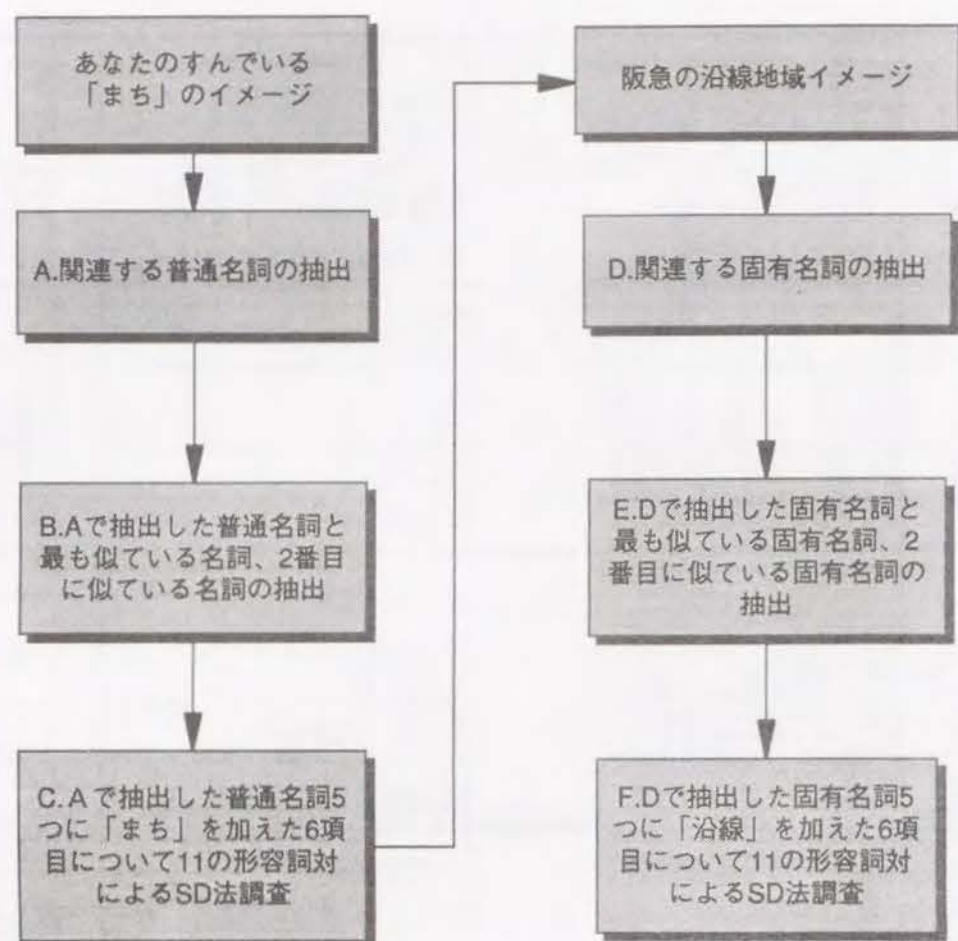


図3-3-1 調査票の構成（阪急沿線の事例）

ここでは阪急を例にして説明を行う。

阪急沿線の調査票の構成は、図3-3-1に示すフローの通りである。

最初は鉄道沿線にこだわらず「あなたの住んでいるまちのイメージ」に関連する普通名詞を5つのジャンルから5個ずつを目安に、合計25個程度を選択する（A）。次に、この25個の普通名詞の各々に対して、そのイメージについて第1

番目及び第2番目に類似すると考えられる名詞を選ぶ（B）。さらに、最初に抽出した25個の名詞の中から、最も「まちのイメージ」に関係が深いと考えられる5つの名詞に加えて、「あなたの住んでいるまち」の6項目に対して11組の形容詞対からなる、SD法の調査を

表3-3-1 SD法に用いた形容詞対

開放的な	閉鎖的な
さびしい	にぎやかな
重々しい	軽やかな
理性的な	情緒的な
力強い	弱々しい
やばったい	おしゃれな
古風な	モダンな
暗い	明るい
男性的な	女性的な
若々しい	成熟した
ホットな	クールな

行う（C）。

ここまでの、普通名詞に関するラウンドであり、続いて全く同様の調査方法により「あなたが抱く阪急沿線のイメージ」について、先程と同様に固有名詞を5個ずつ合計25個選択する（D）。次に、この25個の各々に対して第1番目、第2番目に類似すると考えられる固有名詞を選ぶ（E）。さらに阪急沿線の地域イメージと最も関係が深いと考えられる固有名詞5つに加えて、「阪急沿線」の6項目についてSD法による意識調査を行う（F）という流れで調査票を構成している。

阪急以外の近鉄、南海、京阪、阪神の各鉄道沿線についてもこれと、全く同様のフローで調査票の構成を行っている。

ここでSD法の形容詞対として用いたものは表3-3-1に示すものである。これらの形容詞対については、既往研究に用いられているものをベースに、できるだけ「良い-悪い」などのような直接的な評価を聞くことを避けて、しかも被験者にあまりに負担にならないように10組程度を目安に選択を行っている。

3.4 サンプル・プロフィール

地域イメージを構成地物から把握しようとすることを意図しているために、調査対象者は、その地域について熟知している、いわゆる「土地勘」のある人を選ぶことが望ましい。ここでは、先に挙げた各沿線都市の市職員のうちでも対象とする鉄道沿線の在住者、及び各沿線の大学（阪急沿線-神戸大学・神戸女子薬科大学、近鉄沿線-近畿大学、南海沿線-近畿大学・帝塚山大学、京阪沿線-大阪電気通信大学、阪神沿線-神戸大学）の学生で各沿線の在住者を調査対象者とした。

調査票を回収したものの中には各鉄道沿線以外の在住者も含まれており、これらを外して結果的には表3-4-1に示すように各沿線の有効サンプル数は阪急122、近鉄112、南海93、京阪62、阪神60であった。

その性・年齢・職業別の構成は図3-4-1～3のようになっている。また、各沿線別のサンプルの居住地の構成は図3-4-4～8に示すように阪神が最も調査都市における居住者が多く、阪急で少なくなっている。

表3-4-1 有効サンプル

	阪急	近鉄	南海	京阪	阪神
就業者	64	42	41	37	32
学生	47	63	41	21	17
その他	11	7	11	4	11
合計	122	112	93	62	60

調査実施日は阪急・近鉄・南海が1993年10月、京阪・阪神については、その約1年後の1994年10月である。いずれの鉄道沿線においても、調査対象者に対して調査内容の説明後に調査票の配布を行い、後日記入済みの回答用紙を調査員によって回収した。

なお調査実施日に示すように、本調査についてのデータは全て1995年1月17日に起こった阪神・淡路大震災以前のものであることを付記しておく。

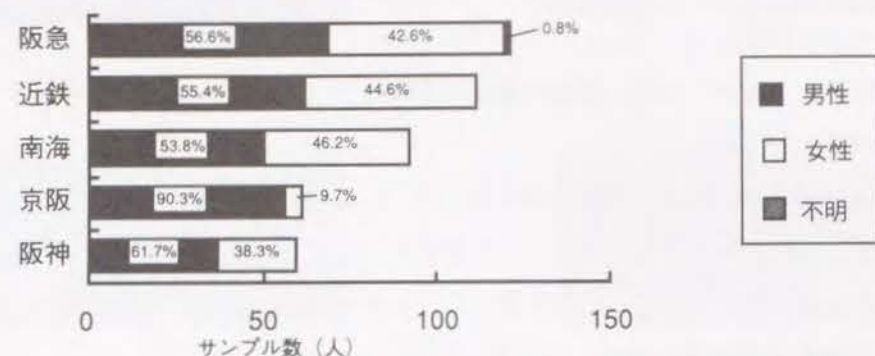


図3-4-1 各沿線の性別サンプル構成 (棒グラフ内の数字は構成比率)

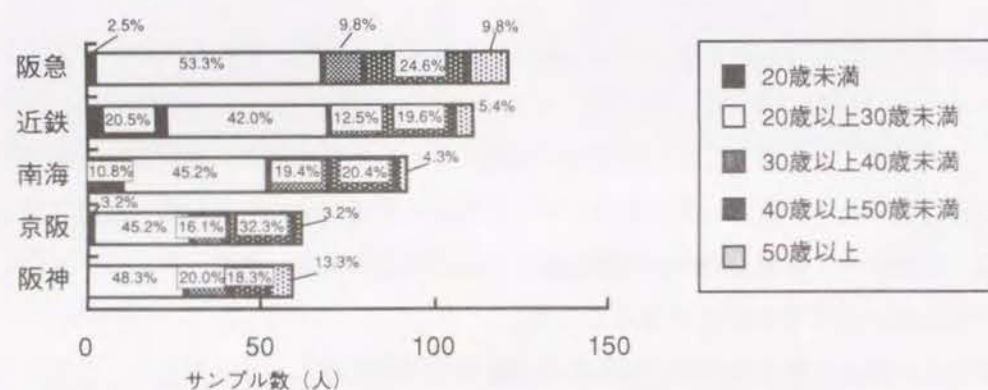


図3-4-2 各沿線の年齢別サンプル構成 (棒グラフ内の数字は構成比率)

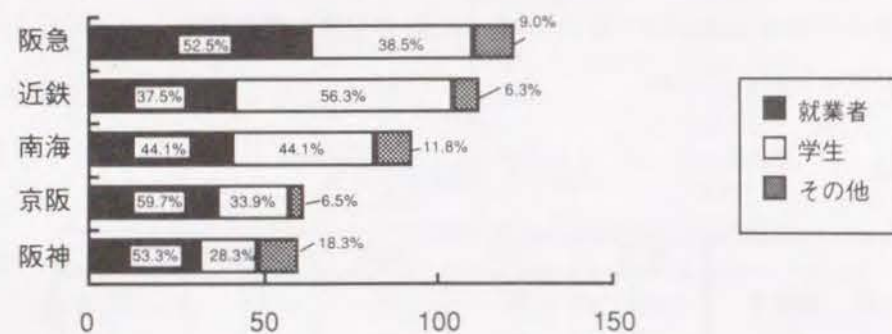


図3-4-3 各沿線の職業別サンプル構成 (棒グラフ内の数字は構成比率)

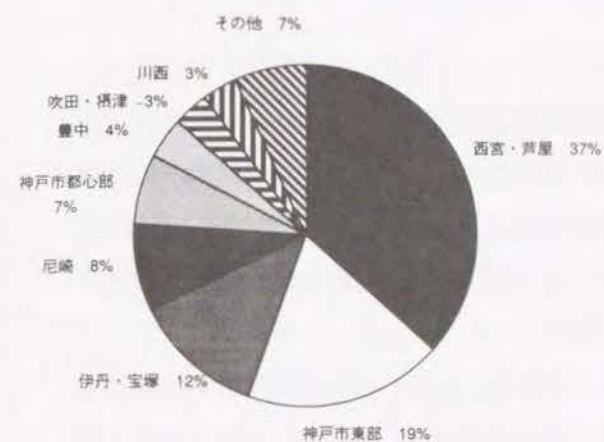


図3-4-4 阪急沿線のサンプルの居住地構成

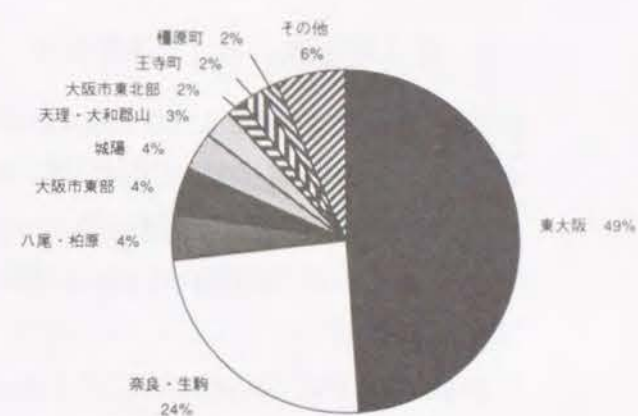


図3-4-5 近鉄沿線のサンプルの居住地構成

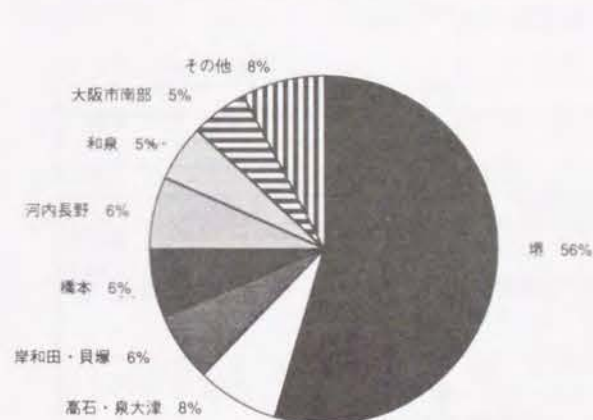


図3-4-6 南海沿線のサンプルの居住地構成

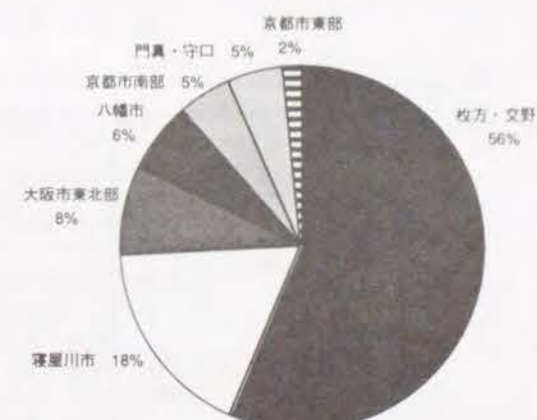


図3-4-7 京阪沿線のサンプルの居住地構成

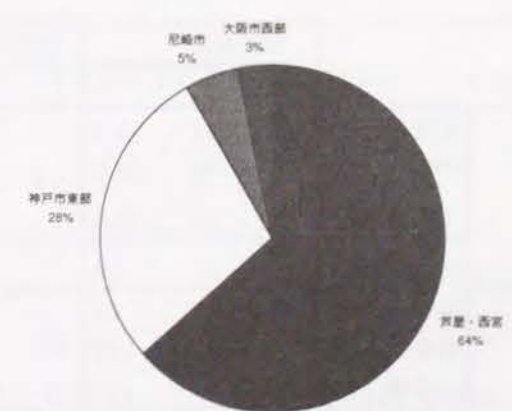


図3-4-8 阪神沿線のサンプルの居住地構成

3.5 京王線沿線における調査概要

さらに補足的な調査として首都圏の鉄道である京王線を対象にした地域イメージの把握に関する調査を企画した。これは、先に示した関西の主要5私鉄における沿線の地域イメージ調査の方法を関東の鉄道沿線について適用すると共に、同一の鉄道会社における二つの鉄道沿線における沿線ごとによる地域イメージの拡がりを把握することも目的としたものである¹⁰⁾。

京王線は、東京（新宿）と八王子を結ぶことを目的に敷設された鉄道で、1913（大正2）年に営業が開始された。1928（昭和3）年には新宿～東八王子（現在、京王八王子）間の直通運転が始まった。これが「京王本線」といわれるものである。東京西部に広がる武蔵野台地から多摩川丘陵一帯を通っており、その沿線は戦後急速に宅地化が進んだ。また、近年は東京から郊外移転により、多くの大学が沿線に立地している。このほか、高尾山、多摩動物公園、東京競馬場、サンリオピューロランドなどの行楽地・テーマパークも

表3.5.1 京王帝都電鉄プロフィール

京王帝都電鉄	
開業	1913年
全体路線延長 (km)	84.8
輸送人員 (1993年) 千人	588,000
調査対象路線	京王本線 相模原線
当該路線開通年	1913年 1990年
当該路線延長 (km)	37.9 22.6
主な経由都市	新宿区・渋谷区・世田谷区・杉並区・調布市・府中市・多摩市・日野市・八王子市 調布市・稲城市・八王子市・相模原市
主要駅と乗降人員 (千人/日) 1993年	新宿 (686)・明大前 (42)・調布 (105)・府中 (75)・聖蹟桜ヶ丘 (79)・高幡不動 (51)・京王八王子 (62) 京王多摩センター (78) 橋本 (55)

表3.5.2 京王線の有効サンプル

		京王本線		相模原線	
		人	%	人	%
予備調査	就業者	41	46.1	27	45
	学生	35	39.3	30	50
	その他	13	14.9	2	5
	計	89	100	60	100
本調査	就業者	88	62	71	63.4
	学生	27	19	29	25.9
	その他	27	19	12	11.7
	計	142	100	112	100

立地している。

一方、「相模原線」は本線から調布で分岐し、東京都心と多摩ニュータウンを結ぶ路線として計画され、第2次世界大戦前に多摩川の砂利輸送を目的に敷設された調布～京王多摩川間の支線を延長する形で1971（昭和46）年に京王よみうりランドまで部分開通、その後約20年かかって1990（平成2）年に橋本までの全線開通を行ったものである。

相模原線開通以前の京王線の沿線イメージを考える場合は「京王線」ということで全体を一括して捉え得ると考えられるが、近年は、多摩ニュータウンなどの開発事業の進展により相模原線沿線の人口も増加し、この沿線には「京王本線」とは異なる「相模原線」沿線の地域イメージが形成されつつあるように考えられる。こうしたことを前提において、京王本線と相模原線における地域イメージの比較分析を行うことにより、同一鉄道会社内の沿線における地域イメージの独自性と共通性を見出すことも調査の目的とする。

構成地物については京王線調査では固有名詞のみを抽出し、調査を実施した。固有名詞については、関西の鉄道と同様に自然、歴史・文化、産業社会、都市施設、交通施設の5つのジャンルにもとづき、合計104個を準備した。これを京王本線、相模原線ともに共通して用いることにした（付表3-3）。

また調査の簡略化を試み、本調査と予備調査に分けた。予備調査では被験者は104の固有名詞を対象とするが、本調査では予備調査で各沿線別に選択された固有名詞の上位30個を対象にして調査を組み立て、固有名詞の連想やSD法についても調査を行なっている。調査は、予備調査は1994年9～10月、本調査は同年10～11月に行った。

有効サンプル数とそのプロフィールは表3-5-2に示す通りである。

第3章参考文献

- 1) 土井勉：キタは大きなデパート、ミナミは大きな商店街，季刊SOFT WINTER・10号，大阪都市協会，1994。
- 2) 阪急電鉄・近畿日本鉄道・南海電気鉄道・京阪電気鉄道・阪神電気鉄道：各社の「社史」／各年度版「会社概要」／各年度版「ハンドブック」。
- 3) 西宮市・東大阪市・堺市・枚方市：各都市の「基本計画書」／「都市計画のあらまし」／各年度「統計書」。
- 4) 平凡社編：「世界大百科事典」，平凡社，1988。
- 5) 京阪神都市圏交通計画協議会：「第3回京阪神都市圏パーソントリップ調査報告書ー京阪神都市圏の人の動きー」，1991。
- 6) 佐伯胖：「コンピュータと教育」，岩波新書，1986。
- 7) 佐佐木綱・西井和夫・井上亮：計画における地物の男性性・女性性の計量化に関する考察，土木計画学研究・講演集No.8，pp.227～233，1986。

8) Lynch, K.: The Image of the City, MIT Press, 1960. [丹下健三・富田玲子訳, 「都市のイメージ」, 岩波書店, 1968.]

9) 京王帝都電鉄: 各年度版「会社概要」/各年度版「ハンドブック」

10) 西井和夫・土井勉・木内徹・三浦啓江: LOGMAPモデルの鉄道沿線イメージ構造分析への適用: 京王線路線間比較, 第30回日本都市計画学会学術研究論文集, pp.247~252, 1995.

第4章 構成地物の想起率による 沿線地域イメージの考察

第4章 構成地物の想起率による沿線地域イメージの考察

本章では、地域の個性化を促進するためには、どのような構成地物に着目すれば良いのかについて検討を行う。これは第1章で述べた大久保昌一¹⁾による都市の個性化を進めるプロセスにおける第一段階に相当するものである。

4.1 構成地物の想起率と制限言語連想法

ここでは、第3章に示す調査の結果に基づいて、調査対象者から回答された鉄道沿線の地域イメージを構成する要素である構成地物としての普通名詞・固有名詞に関する想起率についての考察を行う。想起率とは「あなたの住んでいるまち」のイメージに関連が深いと思われる普通名詞>を選んだ回答者の割合、あるいは「鉄道沿線」のイメージに関連が深い固有名詞>を選んだ回答者の割合と定義する。

第3章で述べたように、本研究では地域イメージと関連すると考えられる構成地物としての普通名詞及び固有名詞については、それぞれ自然、歴史・文化、産業社会、都市施設、交通施設の5つのジャンルごとに25個程度、合計で100個を超えるものを予め文献調査・事前調査を行って抽出し、これを用いて調査を行っている。したがって、予め定められた範囲内の言語から選択を行う調査となる。これは制限言語連想法であるといえる。

これに対して、予め言語の候補を提示せず、自由に回答をしてもらう自由言語連想法も、調査の方法として考えられる。例えば志水英樹の「街のイメージ構造」²⁾では、駅のプラットフォーム上で電車待ちをしている人を対象として駅前地区について自由に連想する地物（エレメントと呼ばれる）の回答を得ている。志水の研究で回答されたエレメントについて想起された確率 y （本研究の想起率に対応する）ごとのエレメント数は表4-1-1

表4-1-1 確率別キーエレメント数^{文献2より}

調査地区	$y \geq 1/2$	$y \geq 1/4$	$y \geq 1/8$	$y \geq 1/16$
武蔵小山	0	2	5	17
横浜元町	0	2	7	11
横浜西口	1	3	12	26
自由ヶ丘I	0	5	13	26
自由ヶ丘II	0	5	12	19
吉祥寺I	2	4	8	16
吉祥寺II	3	3	10	18
渋谷I	1	4	9	12
渋谷II	1	6	10	17

y ：想起確率

表4-1-2 想起率別普通名詞・固有名詞数

調査地域	$y \geq 1/2$	$y \geq 1/3$	$y \geq 1/4$	$y \geq 1/8$	$y \geq 1/16$
京王本線	12	21	31	64	84
相模原線	13	18	30	48	70
阪急・普通名詞	11	24	31	66	93
阪急・固有名詞	9	20	34	63	99
近鉄・普通名詞	17	26	38	61	76
近鉄・固有名詞	11	25	30	58	87
南海・普通名詞	13	25	33	62	86
南海・固有名詞	12	26	36	68	92
京阪・普通名詞	16	26	34	59	79
京阪・固有名詞	8	25	36	64	92
阪神・普通名詞	12	27	33	65	89
阪神・固有名詞	11	24	34	66	92

y ：想起率

に、本調査結果による想起率別の普通名詞と固有名詞数を示したものが表4-1-2である。調査手法に差があり単純な対比はできないが、表4-1-1と表4-1-2を見比べると、自由言語連想法の場合は、回答が多くのエレメントに広がり、結果的に高い想起確率のエレメント数は少なくなる傾向にある。一方、制限言語連想法で調査を行う場合には、定められたジャンルの中からの選択を行うことになり、その結果として高い想起率のものが多くなる傾向となることが考えられる。

ただ、志水の研究においても、回答されたすべてのエレメントを計画要素として位置づけるのではなく、高い想起確率（ここでは $y \geq 1/8$ ）のものをキー・エレメントと名付け

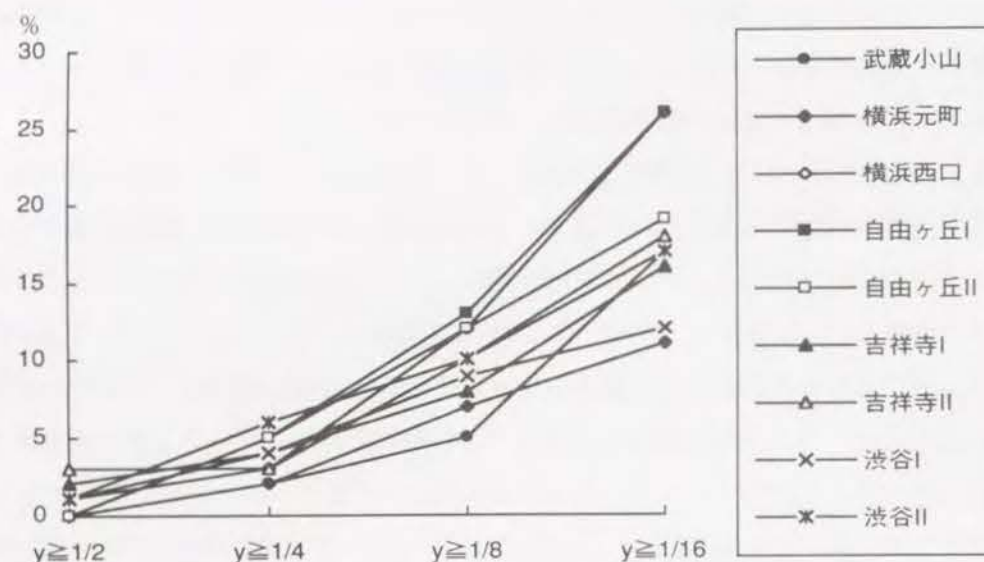


図4-1-1 確率別キーエレメントの分布（文献2）より作成

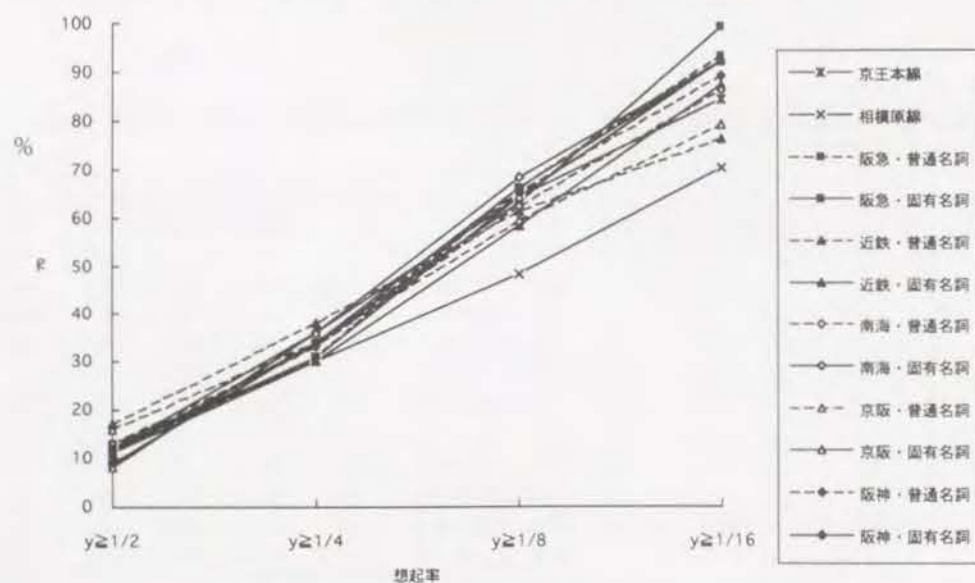


図4-1-2 想起率別普通名詞・固有名詞の分布

て、これを主な対象として「街のイメージ構造」の分析・考察が行われている。想起確率 $y \geq 1/8$ で見いだされるキー・エレメントの数は表4-1-1に示すように調査地区により異なるものの、5個から13個となっている。

こうして抽出された街のイメージを主に構成すると考えられるキー・エレメント数と本研究のように、制限言語連想法であるが多くの言語を事前調査を経て準備した各鉄道沿線における構成地物の中で比較的高い想起率の普通名詞及び固有名詞の数は表4-1-2に示すように、想起率 $y \geq 1/4$ で30個から38個、 $y \geq 1/3$ で18個から27個となっている。

この普通名詞及び固有名詞の数は志水の研究よりも多く、この中に志水の言うキーエレメントも含まれているものと考えられるために、結果的には得られる計画要素についても、自由連想法と制限連想法ともに同じようなものであると思われる。

また図4-1-2に示すように想起率について普通名詞・固有名詞の数の分布は鉄道沿線間に大きな差は見られず、本研究による方法によれば抽出される普通名詞・固有名詞の数は安定的であることもわかる。

今回の京王線における予備調査では、104個の構成地物（固有名詞）を対象に自然、歴史・文化、産業社会、都市施設、交通施設の5つのジャンルから、それぞれ5個程度を目安に選択する制限言語連想法で調査を行っている。さらにこの制限言語連想法に加えて、事前に準備した固有名詞以外で調査対象者が抱く沿線の地域イメージに関連するものがあれば、それを自由に記入できるように欄を設けている。したがって、自由言語連想法の要素を調査に取り入れているのである。

この結果得られた自由記述の固有名詞は、表4-1-3の表中において*で表示したものである。京王本線で28個、相模原線で39個の固有名詞が新たに追加されているが、これらの想起率は高くても5%以下であり、いずれも少数の回答になっており地域イメージとの関連を分析する対象とはならないものである。したがって当初に準備した104個の固有名詞以外に、沿線の地域イメージに深く関わるものはないものと考えて差し支えない。

これらをまとめると本研究においては100個を超える普通名詞・固有名詞を用いて制限言語連想法により地域イメージの考察を行うことを考えているが、これだけの数のものを十分に吟味した上で準備すれば、制限言語連想法により見い出された固有名詞と自由言語連想法からのキーエレメントとは、ほぼ同じものが得られるように考えられる。こうした点を考慮して、ここでは各鉄道沿線における想起率 $y \geq 1/4$ と $y \geq 1/3$ の間に含まれる上位30位までの普通名詞及び固有名詞が主に地域イメージと関連するものと考えて以下の考察を進めることにする。

また自由言語連想法の場合、調査対象者から回答されるエレメント数は広範囲にわたり、数も多くなる。この中から特定のキーエレメントに到達するまでに膨大な数の回答されたエレメントの分類整理と集計作業が必要とされるものと考えられる。特に調査対象エ

表4-1-3 京王線想起率と自由記述の固有名詞

京王本線		相模原線	
構成地物	想起率(%)	構成地物	想起率(%)
◆ 高尾山	87.6	◆ 多摩ニュータウン	90.1
◆ 京王線	83.2	◆ よみうりランド	76.7
◆ 東京競馬場	77.5	◆ 多摩センター駅	75
◆ 多摩川	74.2	◆ 東京都立大学	73.3
◆ 多摩ニュータウン	73.1	◆ 京王線	71.7
◆ 高幡不動尊	70.8	◆ サンリオピューロランド	70
◆ 京王百貨店	59.6	◆ 多摩川	65
◆ 多摩動物園	57.3	◆ バルテノン多摩	63.3
◆ 深大寺	51.7	◆ 多摩ニュータウン通	60
◆ 多摩公園	51.7	◆ 多摩丘陵	58.3
◆ よみうりランド	51.7	◆ 野猿峠	56.7
...
* 啓文堂書店	3.4	* 津久井湖	5
...	...	* 日本医大永山病院	5
* 芦花公園	1.1	* 橋本駅	5
* 東京薬科大学	1.1	* 横浜線	5
* 烏山寺町	1.1
* テレビ撮影	1.1	* よみうりテレビスタジオ	3.3
* 分倍河原	1.1	* 神奈川中央交通	3.3
* 初日の出	1.1	* 南大沢駅	3.3
* 八王子祭	1.1
* 高札場	1.1	* 相模川	1.7
* 府中グリーンプラザ	1.1	* 太田川	1.7
* 福武書店本社	1.1	* 寺沢川	1.7
* サミットストア	1.1	* 国分寺崖線	1.7
* 佐藤製菓	1.1	* 境川	1.7
* ジャノメマシン	1.1	* 道志川	1.7
* さくらボウル	1.1	* 井の頭公園	1.7
* 都立野川公園	1.1	* 高幡不動まんじゅう	1.7
* サマーランド	1.1	* 大妻女子短期大学	1.7
* 調布警察署分署	1.1	* 東京薬科大学	1.7
* 西武多摩川線	1.1	* 白山神社	1.7
* 都営新宿線	1.1	* 吉祥寺周辺	1.7
* 都営三田線	1.1	* 健康ランド	1.7
* 東急世田谷線	1.1	* 生田スタジオ	1.7
* 府中街道	1.1	* ディスカウントストア	1.7
* 新宿西口地下道	1.1	* カリオン館	1.7
* 首都高速4号	1.1	* 三徳プラザ	1.7
* 旧国道20号	1.1	* スーパー三和	1.7
* 桜上水駅	1.1	* スターキ宮	1.7
* メゾンレオ網の道	1.1	* 丘の上プラザ	1.7
		* 国際C. C.	1.7
		* 造成地	1.7
		* 米軍多摩補給所	1.7
		* 相模原共同病院	1.7
		* ベリコリーヌ南大沢	1.7
		* メゾンレオ網の道	1.7
		* バスターミナル	1.7
		* 川崎街道	1.7
		* 町田街道	1.7
		* 多摩都市モノレール	1.7
		* 松ヶ谷トンネル	1.7
		* 尾根幹線	1.7

◆は両沿線に共通して高い想起率の構成地物。*は自由記述の構成地物

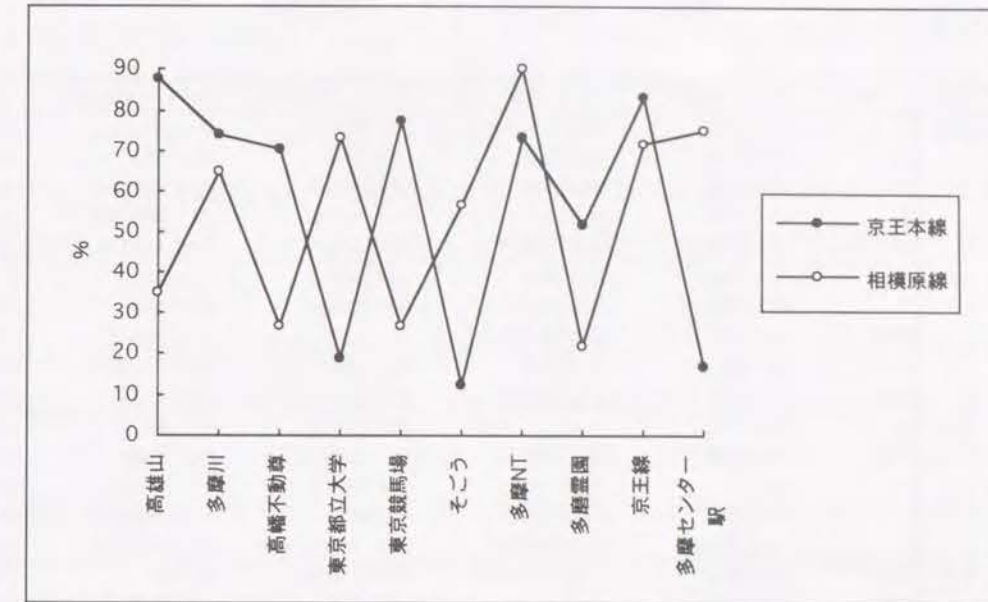


図4-1-3 京王線：想起率の分布（京王本線、相模原線）

リアが広がれば、さらに多くのエレメント数に拡大することになり、集計作業により多くの時間が必要となる。これに対して制限言語連想法の場合は、想起率の計算だけで自由連想の場合とほぼ同様の要素を抽出することが可能となり、簡便な方法であるといえる。さらに、調査対象エリアの広さを問わない方法であり、一定の土地勘と事前調査を行うことができれば、こうした鉄道沿線の地域イメージなどの広い範囲に対する調査については適切な方法であると考えられることができる。

次に予備調査と全く同じ構成地物を用いて、京王線という同一の鉄道会社を調査対象として、京王本線と相模原線の二線について本調査を行った。この結果それぞれの想起率を見ると、図4-1-3に示すように多摩川、多摩ニュータウン、京王線のように、両沿線に共通して高い想起率のものと、京王本線の高幡不動尊、相模原線の東京都立大学、多摩センター駅のように、一方の沿線のみで高い想起率になっているものがある。共通に高い想起率の構成地物は広く京王線全体の地域イメージに関わりがあり、京王本線や相模原線の個別沿線で想起率の高いものは、各沿線個別に立地しているものであることがわかる。

このように、同一の鉄道会社において、同じ固有名詞を用いた調査においても、各固有名詞は沿線ごとに異なった空間的な広がりを持ち、沿線ごとに個別の地域的な広がりに対応して個々の固有名詞の想起率の値も変化していることがわかる。

4.2 関西5私鉄沿線地域における想起率

関西の阪急神戸線、近鉄奈良線、南海本線・高野線、京阪本線、阪神本線の5私鉄沿線における5つのジャンル別の普通名詞に関する想起率の上位5位を示したものが表4-2-1であ

表4-2-1 普通名詞・ジャンル別想起率

鉄道	自然 (%)	歴史文化 (%)	産業・社会 (%)	都市施設 (%)	交通施設 (%)
阪急	山 70.5 河川 63.1 木 49.2 坂 49.2 海 41.8	神社 63.1 学校 58.2 夜景 38.5 景観 36.9 野球場 25.4	スーパーマーケット 63.9 交通 59.8 商店 38.5 おしゃれな街 36.1 市場 27.9	住宅地 88.5 公園 68.0 再開発 42.6 商店街 37.7 病院 29.5	駅 62.3 鉄道 60.7 自動車 50.8 高速道路 41.8 幹線道路 40.2
近鉄	山 72.3 木 59.8 河川 50.0 草 49.1 田畑 43.8	神社 71.4 学校 59.8 史跡 53.6 祭 50.9 夜景 36.6	商店 65.2 パチンコ 58.0 スーパーマーケット 55.4 交通 47.3 飲食街 35.7	商店街 75.9 住宅地 67.9 公園 61.6 病院 40.2 ショッピングセンター 29.5	駅 71.4 鉄道 59.8 自動車 55.4 自転車 52.7 バス 38.4
南海	池 50.5 田畑 46.2 木 45.2 河川 39.8 草 39.8	神社 71.4 史跡 55.9 祭 50.5 学校 45.2 運動場 29.0	スーパーマーケット 65.6 商店 61.3 パチンコ 54.8 交通 45.2 繊維産業 30.1	住宅地 87.1 公園 80.6 商店街 47.3 病院 30.1 ショッピングセンター 26.9	駅 65.6 鉄道 53.8 自動車 53.8 自転車 51.6 高速道路 44.1
京阪	河川 75.8 田畑 53.2 坂 45.2 木 45.2 山 37.1	神社 77.4 学校 64.5 史跡 61.3 祭 27.4 伝統的町並・景観 25.8	スーパーマーケット 72.6 パチンコ 64.5 商店 56.5 交通 50.0 デパート 35.5	住宅地 90.3 公園 66.1 商店街 37.1 病院 33.9 集落 32.3	駅 67.7 鉄道 62.9 自動車 59.7 バス 53.2 幹線道路 50.0
阪神	山 61.7 海 61.7 埋立地 61.7 河川 51.7 浜 46.7	神社 61.7 学校 48.3 野球場 43.3 景観 41.7 夜景 33.3	スーパーマーケット 60.0 交通 50.0 おしゃれな街 43.3 商店 40.0 競輪 33.3	住宅地 86.7 公園 63.3 再開発 50.0 商店街 43.3 ショッピングセンター 30.0	駅 63.3 高速道路 51.7 鉄道 48.3 自動車 46.7 バス 45.0
合計	山 57.9 河川 55.2 木 48.8 坂 41.9 草 34.7	神社 67.3 学校 55.5 史跡 41.9 祭 35.0 夜景 28.3	スーパーマーケット 62.8 商店 52.6 交通 51.0 パチンコ 44.3 市場 25.8	住宅地 83.1 公園 68.2 商店街 49.9 病院 33.0 再開発 32.3	駅 66.1 鉄道 57.7 自動車 53.2 バス 41.2 自転車 41.2

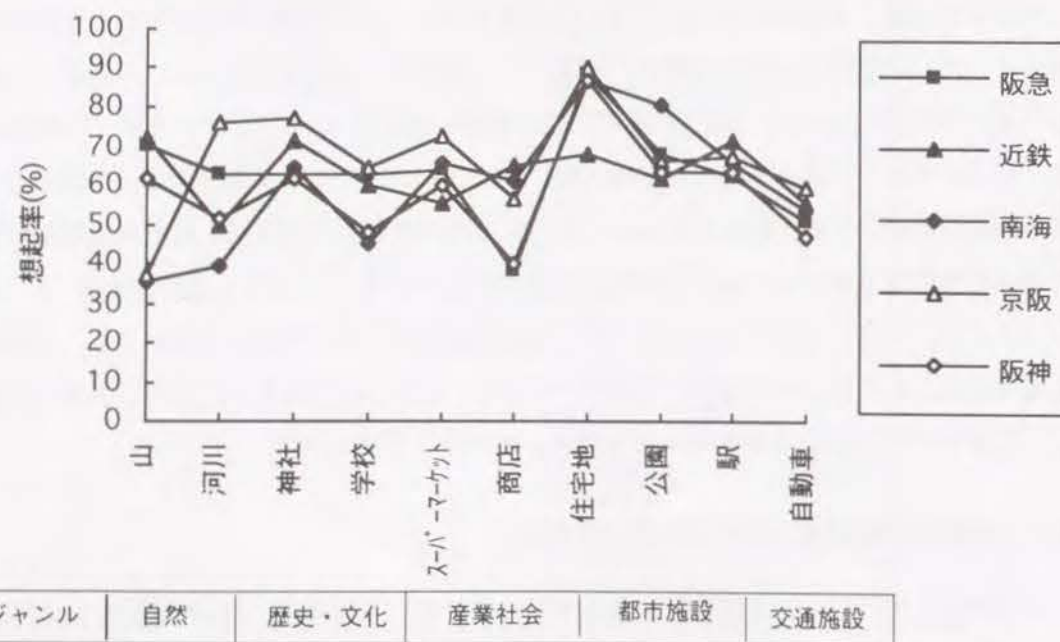


図4-2-1 普通名詞：想起率上位の分布

る。また全鉄道沿線で見たとときに、ジャンル別に想起率の上位2位に対応する各普通名詞について、各沿線ごとの想起率の分布を示したものが図4-2-1である。また、同様に固有名詞についても上位5位までのジャンル別想起率を示したものが表4-2-3である。さらに、図4-2-1に示す普通名詞に対応する各沿線の固有名詞に関する想起率の分布を示したものが図4-2-2である。なお、表4-2-2には図4-2-1の普通名詞に対応する各沿線別の固有名詞を示した。

図4-2-1の高い想起率の普通名詞をみると、「山」はランドマークとしての機能があるため、阪急・近鉄・阪神では、60～70%を越える高い想起率となっている。一方、身近にランドマーク的な「山」が存在しない南海・京阪で「山」の想起率が低く、それに代わってため池の多い南海では「池」、淀川に並行する路線である京阪では「河川」の想起率が高くなっている。これに似た傾向は他の普通名詞でもあり、例えば都市施設における「住宅地」は近鉄以外の4鉄道沿線では80%台の後半から90%の想起率であり、続いて「公園」の想起率の60%台から80%台となっている。一方近鉄では、高い想起率のものとして「商店街」があり、続いて「住宅地」・「公園」の順で並んでいる。東大阪市は住商工の土地利用が複合して存在するが、市を代表する高名な住宅地には乏しく、固有名詞で最も高い想起率の住宅地は奈良市にある「学園前」となっている。こうした点が背景となって近鉄の普通名詞の「住宅地」の想起率が67.8%と他の鉄道のものよりも低くなっているといえる。

普通名詞の鉄道沿線別の想起率の分布は以上のように個別に見ていくと相互に差があるものの、図4-2-2の固有名詞に関する想起率の分布と比較すると、全体的には類似した傾向となっている印象を受ける。これは調査対象者への設問が「あなたの住んでいるまちのイメージ」（以下「まちのイメージ」と略記する）と関連する普通名詞の回答を期待するものとなっていることから、回答にあたって、ある時は「山」のように地域・沿線を代表する地物を念頭に置くとともに、より身近なまち、あるいはよりローカルな範囲で地域イメージを形成して回答を行っているように考えられる。

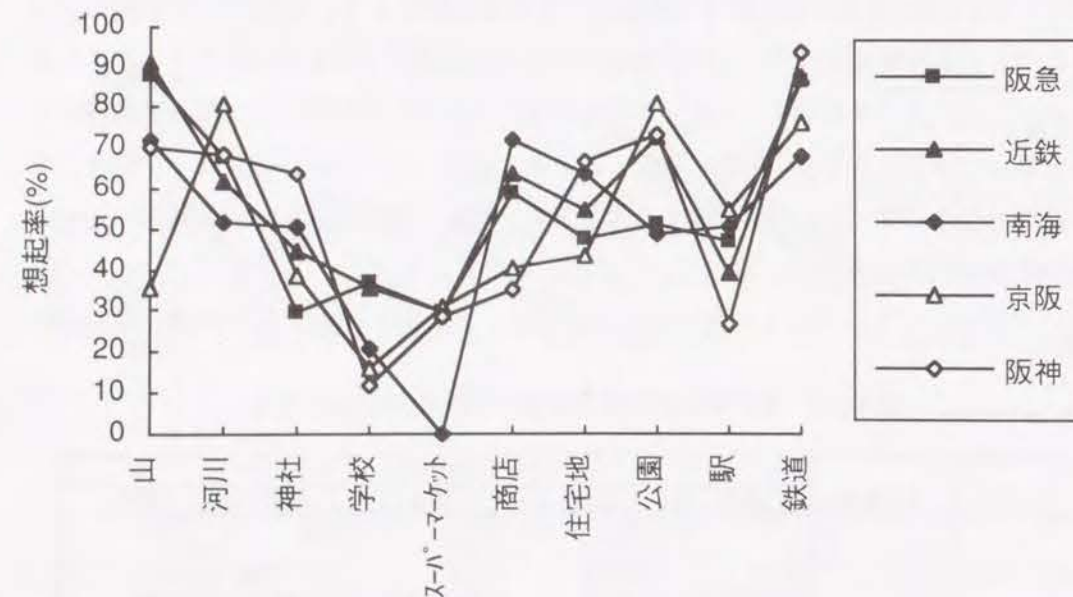
特に「学校」「スーパーマーケット」「住宅地」「公園」「駅」などの想起率が高く

表4-2-2 高い想起率の普通名詞と固有名詞の対応関係

ジャンル	普通名詞	固有名詞				
		阪急	近鉄	南海	京阪	阪神
自然	山	六甲山	生駒山	高野山	男山	六甲山
	河川	夙川	あやめ池	大和川	淀川	武庫川
歴史・文化	神社	清荒神	伊勢神宮	住吉大社	石清水八幡宮	西宮神社
	学校	関西学院大学	近畿大学	大阪府立大学	大阪工業大学	神戸大学
産業・社会	スーパーマーケット	いかりスーパー	近鉄ハブ		ビオ4	アランチン甲子園
	商店	阪急百貨店	近鉄百貨店	高島屋	京阪百貨店	阪神百貨店
都市施設	住宅地	芦屋	学園前	泉北ニュータウン	楠葉ロースタウン	武庫川団地
	公園	宝塚ファミリーランド	あやめ池遊園地	浜寺公園	枚方パーク	甲子園阪神パーク
交通施設	駅	阪急梅田駅	近鉄難波駅	南海難波駅	京阪枚方市駅	阪神甲子園駅
	鉄道	阪急	近鉄	南海	京阪	阪神

表4-2-3 ジャンル別固有名词の想起率

	自然 (%)	歴史文化 (%)	産業・社会 (%)	都市施設 (%)	交通施設 (%)
阪急	六甲山 87.7 夙川 68.0 芦屋川 55.7 桜 52.5 甲山 41.0	宝塚歌劇 74.6 西宮スタジアム 54.9 六甲からの夜景 43.4 関西学院大学 36.9 清荒神 29.5	阪急百貨店 59.0 西宮北口 44.3 宝塚村 42.6 三宮 31.1 いかりスパー 29.5	宝塚ファミリーランド 50.8 芦屋 47.5 苦楽園 40.2 岡本 36.1 甲陽園 29.5	阪急 86.1 阪急梅田駅 46.7 阪急西宮北口駅 44.3 阪急夙川駅 29.5 阪急三宮駅 27.9
近鉄	生駒山 91.1 あやめ池 61.6 伊勢志摩 54.5 若草山 38.4 信貴山 36.6	生駒からの夜景 56.3 伊勢神宮 44.6 石切神社 42.9 ラグビー 36.6 近畿大学 35.7	近鉄百貨店 63.4 難波 55.4 ミナミ 36.6 鶴橋 33.9 上本町 33.0	あやめ池遊園地 72.3 生駒山上遊園地 66.1 奈良公園 64.3 学園前 54.5 枚岡公園 34.8	近鉄 87.5 阪奈道路 42.9 近鉄難波駅 39.3 中央環状線 30.4 近鉄布施駅 28.6
南海	高野山 72.0 大和川 51.6 二色の浜 48.4 金剛山 46.2 浜寺 46.2	仁徳天皇陵 66.7 岸和田だんじり祭 54.8 住吉神社 50.5 与謝野晶子 38.7 堺まつり 33.3	高島屋 72.0 なんばCITY 63.4 難波 55.9 堺東 53.8 ミナミ 39.8	泉北ニュータウン 63.4 浜寺公園 48.4 みさき公園 46.2 関西国際空港 45.2 堺市庁舎 37.6	南海 67.7 南海難波駅 50.5 国道26号 45.2 泉北高速鉄道 39.8 阪堺電軌 30.1
京阪	淀川 80.6 菊 46.8 琵琶湖 41.9 寝屋川 37.1 男山 35.5	枚方菊人形 83.9 石清水八幡宮 38.7 くらわんか舟 35.5 成田山不動尊 35.5 天神祭 33.9	松下電器 64.5 京都競馬場 50.0 枚方 46.8 京阪百貨店 40.3 石清水八幡宮 38.7	枚方パーク 80.6 楠葉ローズゲル 43.5 甲里園 41.9 河川敷公園 35.5 大阪城公園 29.0	京阪 75.8 京阪枚方駅 54.8 国道1号 53.2 京阪京橋駅 40.3 阪神 93.3
阪神	六甲山 70.0 武庫川 68.3 夙川 53.3 香櫨園浜 48.3 桜 45.0	甲子園球場 81.7 西宮神社 63.3 阪神タイガース 60.0 西宮宮水 45.0 高校野球 43.3	灘の生一本 76.7 阪神工業地帯 36.7 阪神百貨店 35.0 アラン甲子園 28.3 尼崎競艇 28.3	甲子園阪神パーク 73.3 武庫川団地 66.7 甲子園 36.7 六甲アイランド 35.0 芦屋浜住宅 33.3	阪神 93.3 阪神 93.3 国道43号 71.7 阪神高速道路 40.0 阪急 35.0 国道2号 33.3



ジャンル	自然	歴史・文化	産業・社会	都市施設	交通施設
------	----	-------	-------	------	------

図4-2-2 固有名词：想起率上位の分布

なっているが、これらは地域を代表する大学や大規模なショッピングセンターのみを想定して回答がなされたと考えるよりも、むしろ身近な小・中学校、近隣のスーパーマーケットや、公園についても大規模な遊園地などではなく、児童公園や近隣公園など日常生活を行う日常生活圏の範囲にあるものを想定して回答されたことによると考えられる。

こうした視点から、人々のイメージする日常生活圏を想起率の高い普通名詞から想定すると、学校や地区の公園がある住宅地で、日常生活を支えるスーパーマーケットや商店があり、交通手段として駅や自動車に代表される幹線道路がある。また、遠景には山があり、近くには河川や神社もあり全体として図4-2-3に模式的に示すようなところと考えられている。

普通名詞の想起率の中でも、これら日常生活圏を構成するものは各鉄道沿線とも共通して高い値となっており、これより日常生活圏に関しては各鉄道共通にほぼ同様のイメージを持たれているように考えられる。さらに多数のデータの蓄積が必要となるが、ここで日常生活圏と名付けたものは、人々が一つのまとまった地域としてイメージする範囲とそこに存在する要素からなる地域のアーキタイプ（元型）と考えられる。したがって、各鉄道沿線に含まれる普通名詞で、このアーキタイプに含まれないもので想起率の高いものやアーキタイプに含まれるのに想起率が低いものは、各沿線地域の個性と関わりがある

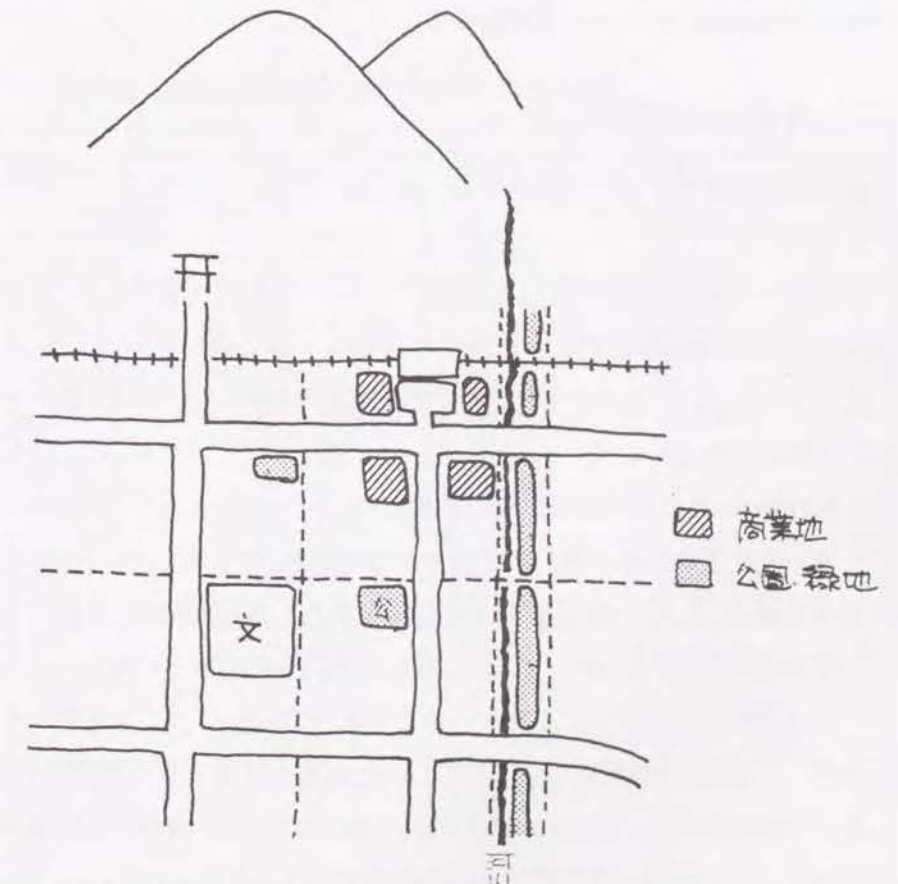


図4-2-3 普通名詞の想起率から見た日常生活圏（アーキタイプ）のイメージ

ように考えられる。例えば近鉄の「商店街」（想起率75.9%）、阪神の「海」（61.7%）や「埋立地」（61.7%）は想起率が高いが、ここでの日常生活圏を構成するものには含まれていない。また南海の「河川」（39.8%）、京阪の「山」（37.1%）などは日常生活圏を構成するものであるが想起率は低い。

固有名詞についても表4-2-2を考察するためにジャンル別に想起率が上位2位の普通名詞と対応すると考えられる固有名詞（表4-2-3参照）の想起率の分布をみたものが図4-2-2である。普通名詞と固有名詞との対応づけについては、「山」と「六甲山」、「河川」と「淀川」など比較的一対一に対応しやすいものと、「スーパーマーケット」などのように対応する固有名詞が見いだせないような、極めて日常生活圏レベルの施設がある。そのためここでは、表4-2-3に示すように普通名詞と固有名詞について、できるだけ意味的に対応づけて図を作成した。

図4-2-2では、普通名詞の想起率の分布と対比が容易なように、横軸は図4-2-1の普通名詞と対応する位置に固有名詞を並べている。これを見ると「河川」を除いた他の固有名詞は明らかに普通名詞に比べ想起率の分布の広がりが大きく、各鉄道ごとに固有名詞の想起率の分布に違いが見られることがわかる。

こうした普通名詞と固有名詞の想起率の特徴を踏まえながら、以下では想起率から把握できる各沿線の特徴について概観する。

4.2.1 普通名詞の想起率

各沿線別に普通名詞を想起率の高い順に並べ替え上位30位までを示したものが表4-2-4である。

これより、各沿線において「まちのイメージ」と言った場合には、近鉄を除いて各沿線に共通して「住宅地」が80%台後半から90%と最も高い想起率となっている。次いで「山」や「河川」の自然、「公園」の都市施設、「駅」・「鉄道」といった交通施設、さらに「神社」や「スーパーマーケット」・「商店」などが並ぶ。こうした阪急・南海・京阪・阪神の4沿線は基本的に日常生活圏的な「住宅地」としてイメージされている。

一方、近鉄では「商店街」の想起率が75.9%と「住宅地」の67.8%を上回っているのが特徴的であるが、その後に続く普通名詞を見ると他の4沿線の上位のものと類似しており、基本的には他の4沿線と同様に日常生活圏的な住宅地をベースにして商店街が立地している「まち」とイメージされていると考えられる。また、南海では「山」の想起率が35.5%、「河川」は39.8%というように自然系の普通名詞の想起率が低く、最高でも「池」の50.5%となっている。堺市では、ランドマーク的な山や、日常的に親しみのある河川が乏しいことから生じているためではないかと考えられる。

また表4-2-4に*印で示した普通名詞は、図4-2-1で示すジャンル別想起率の上位2位の10

表4-2-4 沿線別想起率が上位の名詞（普通名詞）

	阪急	近鉄	南海	京阪	阪神					
1	住宅地*	88.5	商店街	75.9	住宅地*	87.1	住宅地*	90.3	住宅地*	86.7
2	山*	70.5	山*	72.3	公園*	80.6	神社*	77.4	公園*	63.3
3	公園*	68.0	神社*	71.4	スーパーマーケット*	65.6	河川*	75.8	駅*	63.3
4	スーパーマーケット*	63.9	駅*	71.4	駅*	65.6	スーパーマーケット*	72.6	山*	61.7
5	河川*	63.1	住宅地*	67.9	神社*	64.5	駅*	67.7	海	61.7
6	神社*	63.1	商店*	65.2	商店*	61.3	公園*	66.1	埋立地	61.7
7	駅*	62.3	公園*	61.6	史跡	55.9	学校*	64.5	神社*	61.7
8	鉄道	60.7	木	59.8	バチンコ	54.8	バチンコ	64.5	スーパーマーケット*	60.0
9	交通	59.8	学校*	59.8	鉄道	53.8	鉄道	62.9	河川*	51.7
10	学校*	58.2	鉄道	59.8	自動車*	53.8	史跡	61.3	高速道路	51.7
11	自動車*	50.8	バチンコ	58.0	自転車	51.6	自動車*	59.7	交通	50.0
12	木	49.2	スーパーマーケット*	55.4	池	50.5	商店*	56.5	再開発	50.0
13	坂	49.2	自動車*	55.4	祭	50.5	田畑	53.2	学校*	48.3
14	再開発	42.6	史跡	53.6	商店街	47.3	バス	53.2	鉄道	48.3
15	海	41.8	自転車	52.7	田畑	46.2	交通	50.0	浜	46.7
16	高速道路	41.8	祭	50.9	木	45.2	幹線道路	50.0	自動車*	46.7
17	幹線道路	40.2	河川*	50.0	学校*	45.2	坂	45.2	バス	45.0
18	夜景	38.5	草	49.1	交通	45.2	木	45.2	坂	43.3
19	商店*	38.5	交通	47.3	高速道路	44.1	自転車	43.5	野球場	43.3
20	商店街	37.7	田畑	43.8	バス	40.9	山*	37.1	おしゃれな街	43.3
21	花	36.1	坂	42.0	河川*	39.8	丘	37.1	商店街	43.3
22	景観	36.9	病院	40.2	草	39.8	商店街	37.1	景観	41.7
23	おしゃれな街	36.1	バス	38.4	埋立地	37.6	平野	35.5	商店*	40.0
24	バス	36.1	夜景	36.6	海	36.6	草	35.5	木	36.7
25	自転車	32.8	飲食街	35.7	山*	35.5	デパート	35.5	幹線道路	36.7
26	病院	29.5	工業	34.8	繊維工業	30.1	病院	33.9	夜景	33.3
27	埋立地	28.7	平野	32.1	病院	30.1	集落	32.3	競輪	33.3
28	草	27.9	球技場	32.1	坂	29.0	駅前広場	29.0	橋	31.7
29	市場	27.9	人ごみ	32.1	運動場	29.0	花	27.4	バチンコ	30.0
30	ショッピングセンター	26.2	高速道路	32.1	重化学工業	26.9	祭	27.4	ショッピングセンター	30.0
				ショッピングセンター	26.9					

* は各ジャンル別想起率の上位2位までの合計10個に含まれる普通名詞

単位：%

表4-2-5 沿線別想起率が上位の名詞（固有名詞）

	阪急	近鉄	南海	京阪	阪神					
1	六甲山*	87.7	生駒山*	91.1	高野山*	72.0	枚方菊人形	83.9	阪神	93.3
2	阪急	86.1	近鉄	87.5	高島屋	72.0	淀川*	80.6	甲子園球場	81.7
3	宝塚歌劇	74.6	あやめ池遊園地*	72.3	南海	67.7	枚方パーク*	80.6	灘の生一本	76.7
4	夙川*	68.0	生駒山上遊園地*	66.1	仁徳天皇陵	66.7	京阪	75.8	甲子園阪神パーク*	73.3
5	阪急百貨店	59.0	奈良公園*	64.3	なんばCITY	63.4	松下電器	64.5	国道43号	71.7
6	芦屋川*	55.7	近鉄百貨店	63.4	泉北ニュータウン*	63.4	京阪枚方市駅*	54.8	六甲山*	70.0
7	阪急西宮スタジアム	54.9	あやめ池	61.6	難波	55.9	国道1号線	53.2	武庫川*	68.3
8	桜	52.5	生駒山からの夜景	56.3	岸和田だんじり祭	54.8	京都競馬場	50.0	武庫川団地*	66.7
9	宝塚ファミリーランド*	50.8	難波	55.4	堺東	53.8	菊	46.8	西宮神社*	63.3
10	芦屋*	47.5	伊勢志摩	54.5	大和川*	51.6	枚方	46.8	阪神タイガース	60.0
11	阪急梅田駅*	46.7	学園前*	54.5	住吉神社*	50.5	楠葉ロータリー*	43.5	夙川*	53.3
12	六甲からの夜景	43.4	伊勢神宮*	44.6	南海難波駅*	50.5	琵琶湖	41.9	香櫨園浜	48.3
13	西宮北口	44.3	石切神社*	42.9	二色の浜	48.4	香里園*	41.9	桜	45.0
14	阪急西宮北口駅*	44.3	阪奈道路	42.9	浜寺公園*	48.4	京阪百貨店	40.3	西宮宮水	45.0
15	宝塚ホテル	42.6	近鉄難波駅*	39.3	金剛山*	46.2	京阪京橋駅*	40.3	高校野球	43.3
16	甲山*	41.0	若草山*	38.4	浜寺	46.2	石清水八幡宮*	38.7	阪神高速道路	40.0
17	苦楽園*	40.2	信貴山*	36.6	みさき公園*	46.2	大坂城	38.7	阪神工業地帯	36.7
18	関西学院大学*	36.9	鳥羽	36.6	関西国際空港	45.2	寝屋川*	37.1	甲子園（住宅地）*	36.7
19	岡本*	36.1	ラグビー	36.6	国道26号線	45.2	男山*	35.5	阪神百貨店	35.0
20	武庫川*	35.2	ミナミ	36.6	ミナミ	39.8	くらわんか舟	35.5	六甲アイランド	35.0
21	三宮	31.1	近畿大学*	35.7	東北高速鉄道	39.8	成田山不動尊*	35.5	阪急	35.0
22	いかりスーパー*	29.5	桜	34.8	与謝野晶子	38.7	京阪モール	35.5	芦屋川*	33.3
23	清見神*	29.5	枚岡公園*	34.8	堺市庁舎	37.6	京橋	35.5	芦屋浜住宅*	33.3
24	甲陽園*	29.5	奈良トラムランド*	34.8	紀ノ川*	34.4	河川敷公園	35.5	国道2号	33.3
25	阪急夙川駅*	29.5	鶴橋	33.9	南海ササガビル	34.4	天神祭り	33.9	河川敷公園*	31.7
26	梅田	28.7	上本町	33.0	堺まつり	33.3	ピオルネ*	30.6	六甲からの夜景	30.0
27	ビッグマン前	28.7	近鉄パッセ	32.1	阪堺電軌	30.1	祇園祭り	29.0	ブランタン甲子園*	28.3
28	三番街	27.9	東大寺*	31.3	狭山遊園地*	29.0	大坂城公園	29.0	尼崎競艇	28.3
29	阪急三宮駅*	27.9	中央環状線	30.4	サザン号	28.0	OBP	29.0	Jf	26.7
30	パルティのぼら	27.9	近鉄ハーツ*	29.5	阪神高速道路	28.0	比叡山*	27.4	阪神甲子園駅*	26.7
	神戸北野町異人館	27.9					天の川*	27.4		
							くずはモール街	27.4		

* は各ジャンル別想起率の上位2位までの合計10個に含まれる普通名詞に対応する構成地物

単位：%

個の普通名詞に含まれるものであり、各沿線における想起率の高い普通名詞の多くがこれに該当する。これより「まちのイメージ」については、比較的少数の普通名詞と関係があることと、沿線ごとにも特に大きな差がないことがわかる。

4.2.2 固有名詞の想起率

次に、鉄道の沿線地域イメージと固有名詞との関連を見るために想起率が高いものから順に上位30位までを整理したものが表4-2-5である。

これより「生駒山」(近鉄) 91.1%、「六甲山」(阪急) 87.7%・(阪神) 70.0%、「高野山」(南海) 72.0%というように山や「淀川」(京阪) 80.6%、「武庫川」(阪神) 68.7%、「夙川」(阪急) 68.0%の河川といった自然系のランドマーク的なもの、「阪神」の93.3%から「南海」67.7%までの各鉄道、「枚方菊人形」(京阪) 83.9%、「甲子園球場」(阪神) 81.7%、「宝塚歌劇」(阪急) 74.6%、「あやめ池遊園地」(近鉄) 72.3%のような鉄道会社と関連したイベントやテーマパークの想起率が高くなっている。沿線の中でも主に地形的なランドマークである山や河川と共に、各鉄道本体と鉄道会社によるテーマパークやイベントなどの事業が沿線地域のイメージに関連していることがわかる。

南海の普通名詞では「山」の想起率は35.5%と低かったが、固有名詞になると「高野山」に回答が集まっている。「高野山」は和歌山県高野町にあり、堺市から離れているので、日常生活圏的に「まちのイメージ」の回答が集中した普通名詞の場合は「山」の想起率が低くなったが、一方沿線の地域イメージということでは、調査対象者が沿線の広がりについて行政境界を越えて広域的に捉えたために、「高野山」のシンボリックなイメージが強く働き想起率が高くなったものと考えられる。

また、普通名詞の想起率を示した表4-2-4と同様に、各沿線別の固有名詞の想起率をまとめた表4-2-5についても、普通名詞におけるジャンル別の想起率上位2位に対応する構成地物について*印で示している。表4-2-4と表4-2-5を対比すると、各沿線ともに普通名詞よりも固有名詞の方が*印の部分については想起率の高いものだけでなく、想起率の低いものにまで幅広く分散していることがわかる。普通名詞と固有名詞との対応についての考え方にもよるが、これより日常生活圏的なイメージを持たれている「まちのイメージ」に比べ、沿線の地域イメージの方が多様で个性的であると想定できる。こうした沿線のもつ多様性が地域の個性と関連することになるのである。

4.3 想起率による沿線地域イメージの把握

こうして各沿線ごとの想起率を算出した結果を整理した表4-2-4、表4-2-5を見ても、想起される普通名詞と固有名詞の想起率とその順位はわかるが、それをもとにした各沿線地

域イメージのプロフィールは把握しにくい。そこで、各沿線の特徴をすることにより沿線地域イメージの把握を行うために、表4-2-4、表4-2-5をもとにして想起率の分類整理の方法について考える。

分類整理の視点として、土地利用や施設系の中心とした、物的なものだけでなく、その地域の活動や歴史性などのソフトな事柄も浮かび上がることを意図しておく必要がある。地域の個性は物的なものだけを構成要素とするのではなく、その地域で展開される生活・文化などソフトなものについても重要な構成要素になると考えたからである³⁾。

そこで普通名詞・固有名詞について、まず物的なもの、ソフトな事柄とに分類した。ここでは物的なものを「モノ」、ソフトな事柄を「コト」と呼ぶことにする。

モノについては、地域のイメージと関連する自然や人工的な建造物などが含まれる。地域の物的な形成とその構造については都市景観や都市イメージに関する研究から既にいくつかの視点が提案されている⁴⁾。ここでは、こうした研究を踏まえて、モノの分類について、都市のイメージを主に、その了解しやすさを意味するレジビリティという概念を用いて分析したK.リンチが明らかにした都市イメージの構成要素である、〈パス〉、〈エッジ〉、〈ディストリクト〉、〈ノード〉、〈ランドマーク〉の5分類を用いた⁵⁾。

リンチによるとパスは道路・鉄道など人が通る道筋、エッジは河川や海岸・高架構造物や壁など空間的に境界を形成するもの、ディストリクトは公園、繁華街など界限や特徴のある場所のことである。さらに、ノードは駅などの都市の内部における主要な結節点であり、ランドマークは教会など都市の中で目印になるものであると説明されている。

一方、コトについては地域のポテンシャルや風土性などに関する事柄として分類できる。コトを取り扱った地域イメージの研究はまだ多くなく^{6), 7)}、ここでは調査時に設定した5つのジャンルの内でも主に歴史文化と産業・社会に含まれソフトな事柄に該当し想

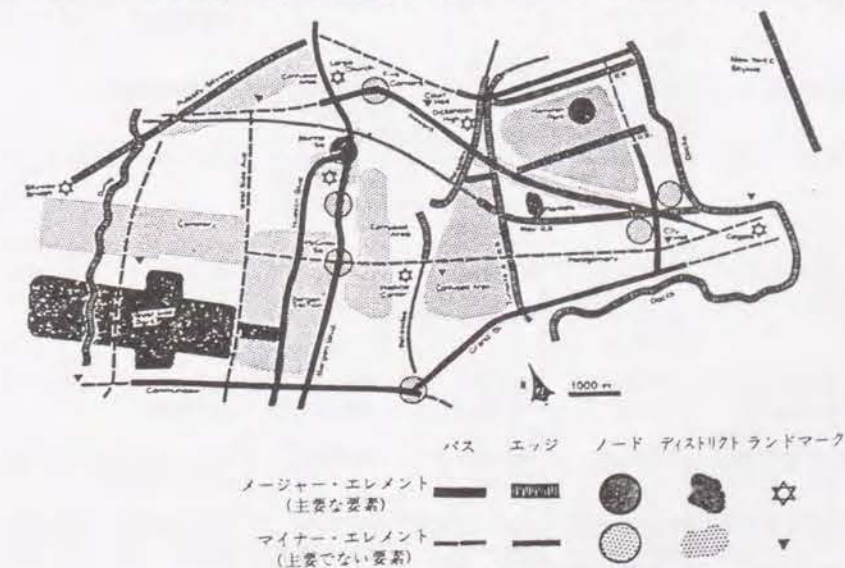


図4-3-1 リンチの都市イメージ（ボストン）⁵⁾

起率が高い普通名詞および固有名詞を見ることによって分類を新たに設定した。

その結果、コトに該当すると考えられるのは、表4-2-4、表4-2-5に提示されている普通名詞・固有名詞の中で、地形・建造物などリンチの都市イメージの構成要素の5分類に当てはまらない、交通や産業活動に関する事柄、祭やイベントに関する事柄、夜景や街の雰囲気、花などに関する事柄、伝統的・歴史的な事柄などである。これを整理すると次のような4つに分類できるものと考えられる。

まず、地域のポテンシャルや産業に関する＜活動＞である。これには「交通」、「工業」、「灘の生一本」、「おしゃれな街」、「人ごみ」などの産業や人々の活動が含まれる。

次に、地域の独自性を示す活動である祭や＜イベント＞がある。これには「宝塚歌劇」や「ラグビー」、「岸和田だんじり祭」、「枚方菊人形」、「阪神タイガース」、「高校

表4-3-1 想起率の整理表（共通）

大分類	細分類	各沿線共通					
		普通名詞	阪急沿線	近鉄沿線	南海沿線	京阪沿線	阪神沿線
コト	活動	交通(59.47.45.50.50) 自動車(51.55.54.60.47) バス(36.38.41.53.45) 自転車(33.53.52.44.-)					
	イベント						
	景色	草(28.49.40.36.-)					
	歴史性						
モノ	バス	鉄道(61.60.54.63.48) 河川(63.50.40.76.52) 坂(49.42.29.45.43)	阪急(86) 夙川(68) 芦屋川(56)	近鉄(88)	南海(68) 東北高速鉄道(40) 阪堺電車(30)	京阪(76) 天の川(27)	阪神(93) 夙川(53) 芦屋川(33)
	エッジ	河川(63.50.40.76.52) 高速道路(42.32.44.-.52)	武庫川(35)	阪奈道路(43) 中央環状線(30)	大和川(52) 紀ノ川(34) 国道26号(45) 阪神高速道路(28)	淀川(81) 国道1号(53)	武庫川(68) 国道43号(72)
	ディストリクト	住宅地(89.68.87.90.87) 商店街(38.76.47.37.43) 公園(68.62.81.66.63)	芦屋(48) 苦楽園(40) 岡本(36) 甲陽園(30) 西宮北口(44) 梅田(29) 三宮(31) 宝塚ファミリーランド(51)	学園前(55) あやめ池(62) 難波(55)ミナミ(37) 鶴橋(34)上本町(33) あやめ池遊園地(72) 奈良トラムランド(35) 生駒山上遊園地(66) 奈良公園(64) 枚岡公園(35)	東北NT(63) 浜寺(46) 難波(56)ミナミ(40) 堺東(54) みさき公園(46) 浜寺公園(48) 狭山遊園地(29)	橘葉ロースクワン(44) 香里園(42) 枚方(47)京橋(36) 寝屋川(37) 枚方パーク(81)	武庫川団地(67) 甲子園(住)(37) 阪神パーク(73)
	ノット	駅(62.71.66.68.63)	梅田駅(47) 西宮北口駅(44) 夙川駅(30) 三宮駅(28)	鶴橋(34)上本町(33)	難波駅(51)	枚方市駅(55) 京橋駅(40)	甲子園駅(27)
	ランドマーク	山(71.72.36.37.62) 木(49.60.45.45.37) 神社(63.71.65.77.62) 商店(39.65.61.57.40) スパ(64.55.66.73.60) 病院(30.40.30.34.-) 学校(58.60.45.65.48)	六甲山(88) 甲山(41) 清荒神(30) 阪急百貨店(59) 三番街(28) いかりスパー(30) 関西学院大学(37)	生駒山(91) 若草山(38) 信貴山(37) 伊勢神宮(45) 石切神社(43) 東大寺(31) 近鉄百貨店(63) 近鉄パーク(30) 近畿大学(36)	高野山(72) 金剛山(46) 住吉神社(51) 高島屋(72) なんばCITY(63)	男山(36) 比叡山(27) 石清水八幡宮(39) 成田山不動尊(36) 京阪百貨店(40) 京阪モール(36)	六甲山(70) 西宮神社(63) 阪神百貨店(35) アザラシ甲子園(28)

注) ()は想起率(%)。各沿線共通の普通名詞については(阪急・近鉄・南海・京阪・阪神)

表4-3-2 想起率整理表（各沿線個別）

大分類	細分類	阪急沿線			近鉄沿線			南海沿線			京阪沿線			阪神沿線		
		普通名詞	固有名詞	普通名詞	普通名詞	固有名詞	普通名詞	普通名詞	固有名詞	普通名詞	普通名詞	固有名詞	普通名詞	普通名詞	固有名詞	固有名詞
コト	活動	おしゃれな街(36)			ハチコ(58)			ハチコ(55)			パチンコ(65)			おしゃれな街(43)		灘の生一本(77)
	イベント		宝塚歌劇(75)		工業人(32)			繊維工業(30)						パチンコ(30)		西宮宮水(45)
	景色		桜(53)		夜景(37)			重化学工業(27)			祭(27)			競輪(33)		阪神タイガース(60)
	歴史性		六甲山から(43)					桜(35)						景観(42)		高松野球場(43)
モノ	バス	幹線道路(40)														阪神タイガース(28)
	エッジ	海(42)														高松野球場(28)
	ディストリクト	埋立地(29)														夜(45)
	ランドマーク	市場(28)														六甲山から(30)
	ランドマーク	市場(28)														六甲山から(30)
	ランドマーク	市場(28)														六甲山から(30)

注) ()は想起率(%)

野球」などが含まれ、ここでは<イベント>と名付ける。また、この中には楽しむ要素もあることから、「パチンコ」や「競輪」などもこれに含める。

また、「山からの夜景」、「花」、「景観」など地域の風景・景色に関する事柄を<景色>と名付ける。

最後に南海の「与謝野晶子」については固有の<歴史性>に関する事柄であり、これについても分類を設ける。

次に普通名詞・固有名詞を以上の分類により整理すると、「鉄道」（阪急、近鉄、南海、京阪、阪神）や「住宅地」（芦屋、学園前、泉北ニュータウン、楠葉ローズタウン、武庫川団地）などのように分類の枠内で各鉄道沿線に共通して高い想起率となっている普通名詞・固有名詞が見いだせる。その一方で普通名詞では「夜景」、「パチンコ」、「史跡」、「祭」など、固有名詞では「宝塚歌劇」、「伊勢志摩」、「関西国際空港」、「松下電器」、「西宮宮水」などのように各沿線に共通しては出現しないが個別の沿線においては上位の想起率となるものがある。このように普通名詞・固有名詞については各鉄道沿線に共通して想起率が高いものと、各沿線で個別に想起率が高いものの二つの種類があることがわかる。ここで各鉄道沿線において共通して高い想起率の普通名詞・固有名詞については表4-3-1、沿線個別に高い想起率ものについては表4-3-2に示すように分類・整理を行った。

表4-3-1は主として各沿線の地域イメージ形成に関する基本的な要素が整理され、表4-3-2からは、それぞれ他の沿線と対比することから、より地域イメージの個性的な面を示す要素が抽出されるものと考えることができる。

表4-3-1から、普通名詞ではまさに基本的に必要とされる「住宅地」、「公園」、「駅」、「鉄道」、「神社」、「学校」などのモノや「交通」などのコトの想起率が各沿線に共通して高くなっていることがわかる。これに意味的に対応する固有名詞の想起率も各沿線に共通して高い。中でも、ランドマークに分類される山については、固有名詞の「六甲山」（阪急）88%・（阪神）70%、「生駒山」（近鉄）91%、「高野山」（南海）72%と沿線に目立った山のない京阪沿線を除いては、各沿線で際だって高い想起率を示している。また、阪急・近鉄・南海の3沿線ではターミナル型百貨店（「阪急百貨店」59%、「近鉄百貨店」63%、「高島屋」72%）の想起率も高く、それらが立地しているターミナル（「阪急梅田駅」47%、「近鉄難波駅」39%、「南海難波駅」51%）の想起率よりも高くなっていることがわかる。

次に各沿線それぞれについて想起率から明らかになる地域の特徴を示す。

(1) 阪急沿線

・普通名詞では、他の沿線に比べ、「おしゃれな街」「河川」「交通」「景観」「花」の想起率が高く、「パチンコ」「史跡」「祭」「田畑」「工業」「商店」

「自転車」などの想起率は低くなっている。

・「宝塚歌劇」の想起率が非常に高い。

・「六甲山」「夙川」「芦屋川」「桜」の4つが想起率ベスト10に入っているように、沿線の開発が進んでいるにも関わらず自然関係の想起率が非常に高い。

・固有名詞についても「夙川」「芦屋」「苦楽園」「岡本」「甲陽園」のように住宅地に関連する想起率の高いものが多い。

・以上より阪急沿線はモダンで環境良好な住宅地としての地域イメージを持たれており、「六甲山」がランドマークになっている。主な調査対象地域は西宮市であるが市域外にある「宝塚歌劇」なども沿線の地域イメージに及ぼす影響は大きなものがあることがわかる。

(2) 近鉄沿線

・普通名詞では、「商店街」の想起率が76%と高く他の沿線に比した特徴となっている。また、「パチンコ」「祭」「夜景」「田畑」「史跡」などの想起率も高い。

・「あやめ池遊園地」や「奈良公園」など遊園地や公園には想起率が高いものが多い。

・「伊勢神宮」や「東大寺」など寺社仏閣の想起率が高い。

・「難波」（大阪市）、「あやめ池遊園地」「学園前」（奈良市）、「奈良公園」「伊勢志摩」「鳥羽」（三重県）など東大阪市以外の固有名詞で想起率の高いものが多い。

・イベントについては東大阪市の花園にラグビー場があることから、「ラグビー」やプロ野球の「近鉄バッファローズ」も出現しているが阪神の「阪神タイガース」ほど高い想起率ではない。

・以上より近鉄沿線では、商店街と住宅地の混在している地域イメージと考えられ、「生駒山」がランドマークになっている。鉄道路線の両端にあたる大阪市の繁華街的なものと奈良市の史跡に関する固有名詞に想起率が高いものが多い、沿線の地域イメージはこの両端からの影響を受けている。

(3) 南海沿線

・普通名詞の「山」や「河川」の想起率はそれほど高くないのに対して固有名詞については「高野山」の想起率72%が非常に高く、「大和川」も52%と高いことが南海の特徴である。普通名詞では「住宅地」の他に「公園」の想起率が特に高く、こうした住宅地に関連するものの他にも「パチンコ」「工業」関係「祭」「池」「史跡」などの想起率が高い。

・祭の固有名詞については「岸和田だんじり祭」、次いで「堺まつり」の想起率が高い。

・史跡・神社では「仁徳天皇陵」や「住吉神社」といったものの想起率が高い。特に「仁徳天皇陵」は67%と南海全体から見ても4位と高い想起率になっている。

・鉄道本体の想起率が68%と他の鉄道沿線に比べると低く、「泉北高速鉄道」や「阪堺電軌」の想起率も高くなっている。また人物では堺市出身の歌人である「与謝野晶子」が出ている。

・このように南海の沿線地域イメージについては、基本的には住宅地であり、「岸和田だんじり祭」や「仁徳天皇陵」など古くからこの地にあるものについての固有名詞の想起率が高い。

・なお、1995年7月4日付けの日本経済新聞、朝日新聞の各朝刊に南海高野線の名称変更問題の記事が出ている。これによると、南海電鉄側は高野線の名称が暗い印象を与えると考えていたために、それに替わって山手線という案を地元などに提案していた。しかし結局は地元の反対などで名称変更は行われず、南海高野線の名前は存続することになったと報道されている。前述のように南海沿線の地域イメージにとって高野山の占める位置を考えれば、このことは当然の結論と思われる。

(4) 京阪沿線

・普通名詞については住宅地関連のものが高い想起率になっている。この中で、「山」の想起率が低く、「河川」で高いのは、沿線にランドマーク的な山が無く、かつ沿線に隣接してこの地域のランドマークとしても機能している淀川が流れていることによる。また、「パチンコ」「史跡」の想起率も高い。

・住宅地については「楠葉ローズタウン」「香里園」の想起率が40%を越えたものとなっている。

・沿線の特徴づけるイベントとして「枚方菊人形」の想起率は84%になっている。また他の沿線では「桜」の想起率が高いが、菊人形の関係で京阪は「菊」の想起率が高い。他にイベントとしては「京都競馬場」「天神祭」が挙げられている。

・普通名詞の「工業」の想起率は上位30位に入っていないが、沿線に立地する「松下電器」の想起率は65%と高いものとなっている。

・以上のように京阪沿線でも住宅地を中心とした沿線の地域イメージがあるが、同時に沿線に大きく展開する産業である松下電器も沿線イメージに関係している。ランドマークとしては「淀川」がある。また地域イメージに関わりの大きなイベントなどに「枚方菊人形」とその開催場所としての「枚方パーク」がある。

(5) 阪神沿線

・阪神と阪急とは、共に阪神間をその沿線とするために、阪急のものとはほとんど同じ固有名詞を用いて調査を行った。しかし、阪急では高い想起率が見られなかった「西宮神社」「灘の生一本」「西宮宮水」等の伝統的・歴史的な事柄に関する固有

名詞の想起率が高く出てくるのが阪神の特徴である。また、阪神間におけるランドマークとなっている「六甲山」についても阪神では想起率が70%と阪急沿線の88%よりかなり低い。また同じように両沿線を貫いている河川でも阪急では「夙川」の想起率が高く、阪神では「武庫川」の想起率が高い、というようにそれぞれの想起率が両沿線でかなり異なっている。

・普通名詞では「住宅地」に関するものに加えて、「おしゃれな街」「景観」などの想起率が高く阪急と似ているが、一方で「海」や「埋立地」の想起率も高く、阪神間の臨海部を沿線に持つ特徴がでている。

・沿線の特徴づけるイベント等には「阪神タイガース」「高校野球」や、その舞台となる「甲子園球場」がある。

・阪神では、阪急の「梅田駅」「三宮駅」、南海・近鉄の「難波駅」、京阪の「京橋駅」などのような大阪や神戸の都心部におけるターミナル関連の固有名詞の想起率が他の鉄道沿線に比べて低くなっている。

・以上のように阪神沿線の地域イメージは阪急と似た住宅地であるが、海に近いというイメージが持たれている。また地域の特徴づけるものに「六甲山」「武庫川」、地場産業としての酒造業のルーツである「灘の生一本」あるいは、「阪神タイガース」「甲子園球場」などの固有名詞がある。

といった特徴を把握することができた。

このように表4-3-1、表4-3-2による想起率の分類・整理により各鉄道沿線の地域イメージについて定量的な把握ができる。また、これらの表により、これからの地域イメージを考える場合に計画要素として、特に着目すべき構成地物（普通名詞・固有名詞）を見い出すことが可能となる。

例えば表4-3-1、表4-3-2でコトに注目してみると、イベントでは阪急の「宝塚歌劇」、近鉄の「ラグビー」、南海の「岸和田だんじり祭」、京阪の「枚方菊人形」、阪神の「阪神タイガース」あるいは活動では阪神の「灘の生一本」など明らかに地域イメージを形成する重要な要素となっていることがわかる。したがって、それぞれの沿線地域について、その個性化を図る場合、こうした固有名詞にかかわる事柄について、その保存や育成を行う施策の実施、あるいはこれらの固有名詞に関する連想が喚起されるようなデザインをテーマとすることなどが考えられる。

さらに、想起率の高い構成地物（普通名詞・固有名詞）がなく、表の欄が空白となっている分類についても、その欄に該当する構成地物を見出し、これに対して働きかけを行うことにより、新たな地域イメージの掘り起こしの可能性を見いだすことができる。例えば表4-3-2では阪急の歴史の欄は空白であるが、「小林一三」をこの欄に記入して、これを強調する施策を考えることにより、新たな地域イメージが展開できる可能性もあるよ

うに考えられる。

以上の考察より、鉄道沿線を切り口に地域イメージを捉えた場合、京阪の枚方市や阪神の西宮市のように一つの行政単位の中に主だった固有名詞が収まる場合と、阪急・近鉄・南海のように行政境界を越えて地域イメージが広がっている場合があることがわかる。また、阪急と阪神のように同一の地域内に路線がある場合でも、それぞれの沿線ごとに地域イメージに関わる普通名詞・固有名詞は異なり、地域イメージにも差のあることがわかる。こうした鉄道沿線における地域イメージの空間的な広がり方の違いや、地域イメージの差は第2章で見たように、元来の地域の持っていた特色に加えて、鉄道沿線における都市開発の歴史的な積み重ねの違いが反映しているように考えられる。したがって、地域イメージを考える単位として行政境界とは別に鉄道沿線の地域があることが確認できる。

また、地域イメージを構成する要素については物的な構成地物（普通名詞・固有名詞）だけでなく、ここではコトと呼んでいるソフトな事柄も重要な要素であり、特に地域の個性を考える場合には、無視することができない計画要素であることも示唆された。

4.4 計画要素として見た構成地物と沿線地域イメージ

第2章では、鉄道沿線における歴史的考察より地域イメージの形成プロセスを明らかにした。特に阪急沿線の地域イメージの形成過程については図2-6-2に示すように、1910年代～30年代にわたって都心への良好な交通アクセス、良好な自然環境、大規模な開発ポテ

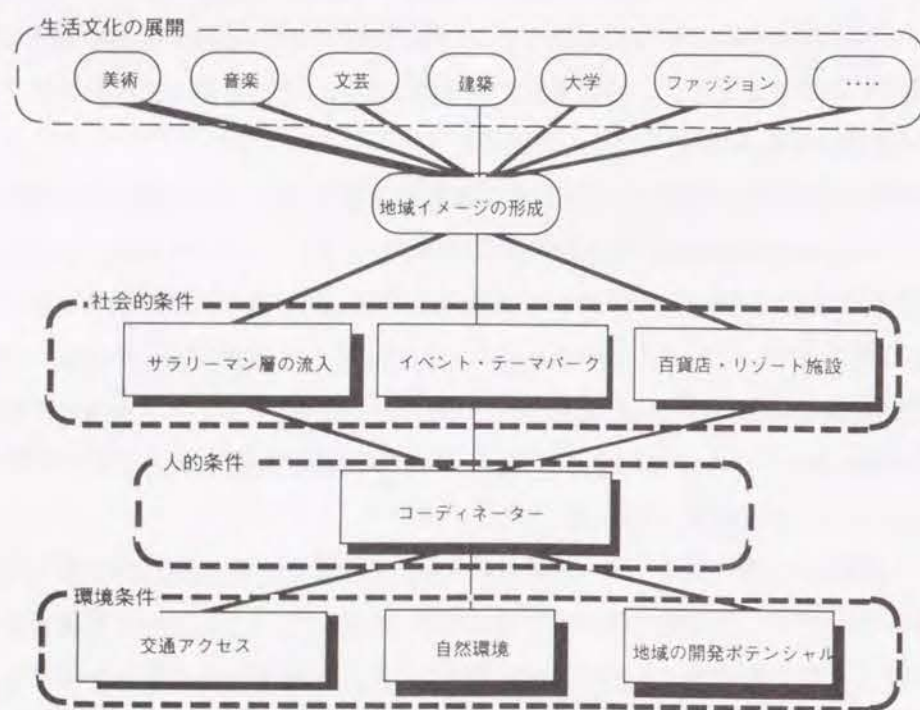


図4-4-1 1910年代～30年代における阪急沿線の地域イメージを形成した条件

ンシャルという恵まれた環境条件を背景にして都市化が進んだ。また小林一三・谷崎潤一郎などの有力者が様々な事業や活動を行い、人々を地域に集めて地域形成のコーディネーター役を果たしたこと、さらに折しも近代的な社会の形成時期にあたり多くのサラリーマン層が沿線地域に流入し、その人々を対象とした宝塚歌劇に代表される多様なイベントの開催や新たにできたターミナル百貨店や沿線のリゾート地などの近代的なライフスタイルがいち早く形成されたことにより、豊かな生活文化が形成されたことを明らかにした。

このような阪急沿線の地域イメージを形成することになった主な3つの条件、すなわち環境条件、人的条件、社会的条件は、イメージ形成の上でいかなるウェイトになっているのか、またどの条件が最もイメージに関する影響を有しているのであろうか。

これを考察するために固有名詞の想起率を用いた分析を行うことにする。ただし、実際にはこれらの3つの条件は決して独立に存在するものではなく、相互に関係があると考えられるのでこの点については注意する必要がある。また、想起率のデータは現時点のものであり、阪急沿線の開発が行われた時代の活動の結果生まれたものについて、現在の視点で、その影響を分析するものであることについても留意が必要である。

図4-4-1は第2章の図2-6-2を集約し、固有名詞の整理を行いやすいように再編集している。ここに示す太い破線で囲った環境条件、人的条件、社会的条件を大分類とし、四角い枠線で囲ったものを中分類として、高い想起率を示す固有名詞を整理した。以上の分類にもとづいて阪急に関する固有名詞の想起率を整理したものが表4-4-1である。ここでは如何なる条件が地域イメージに影響を及ぼしているのかを把握するために、各条件欄の右端に数字を記入している。この数字は全固有名詞の想起率の合計に対する各分類に属する固有名詞の想起率の割合を求めたものであり、ここでは合算想起率と呼ぶことにする。これは言わば、各分類に関する想起率の割合を示す指標であるということができる。

また、中分類のうち、高い合算想起率となった自然環境、交通アクセス、地域の開発ポテンシャル、イベント、百貨店・リゾートの5分類と地域イメージとの関係を把握するためにレーダーチャートを作成したものが図4-4-1である。これには固有名詞の場合と同様に求めた、5つの中分類に関する普通名詞の合算想起率を同時に示し、これと固有名詞との対比を行うことにより各分類の考察を行うことにする。

4.4.1 阪急沿線の地域イメージと合算想起率

大分類では環境条件の合算想起率が73.5%であり、地域イメージと大きな関係を持つことがわかる。一方、実際の地域イメージ形成に大きな影響を及ぼしたと考えられる「小林一三」などの人的な条件については高い想起率のものが現れなかった。これは、4-3で見たように他の鉄道4沿線でも同様に、人名で比較的高い想起率であったのは、南海の「与謝野晶子」の38.7%のみであった。余程高名な歴史上の人物以外の人名は地域イメージと直

表4-4-1 都市形成の概念にもとづく想起率の整理：阪急沿線

大分類	%	中分類	%	小分類	モノ	コト
環境条件	73.5	自然環境	22.7	自然	六甲山(87.7)	甲山(41.0)
					夙川(68.0)	武庫川(35.2)
				景観		桜(52.5) 六甲夜景(43.4)
		交通アクセス	19.1	鉄道	阪急(86.1)	
					阪急梅田駅(46.7)	西宮北口駅(44.3)
				道路	阪急三宮駅(27.9)	夙川駅(29.5)
人的条件	26.5	開発ポテンシャル	31.7	住宅地	芦屋(47.5)	苦楽園(40.2)
					岡本(36.1)	甲陽園(29.5)
				繁華街・商業	西宮北口(44.3)	三宮(31.1)
					梅田(28.7)	ビッグマン前(28.7)
					いかりスパー(29.5)	三番街(27.9)
				工業学校	関西学院大学(36.9)	
社会的条件	0	コーディネーター	0			
社会的条件	26.5	イベント・テーマパーク	16.1	イベント		宝塚歌劇(74.6)
						ハートランドのばら(27.9)
				公園・テーマパーク	西宮スターダム(54.9)	宝塚ファミリーランド(50.8)
				神社・史跡	清荒神(29.5)	神戸北野町義人館(27.9)
		百貨店・リゾート	10.4	リゾート	宝塚M(42.6)	
				百貨店	阪急百貨店(59.0)	

数字は合算想起率

(%)は想起率

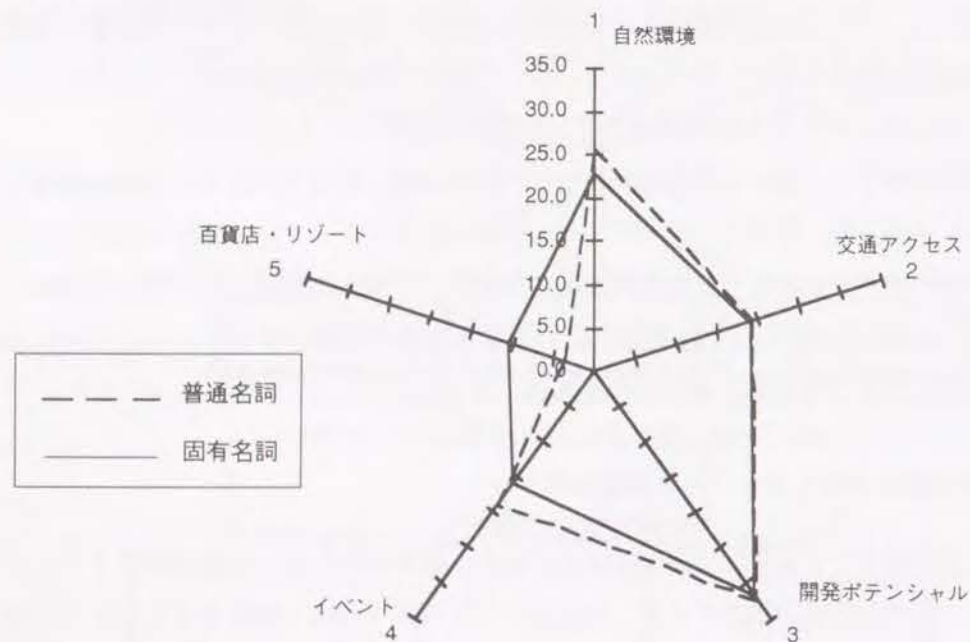


図4-4-2 阪急：中分類の合算想起率

接的には結びにくい傾向があるように考えられる。なお、人的なものではないが、鉄道本体としての「阪急」や「いかりスーパーマーケット」「関西学院大学」などの固有名詞については、その活動が地域イメージの形成にコーディネーター的な役割を果たしたとも考えられるが、ここではより本来の機能・位置づけである鉄道や学校などの分類で整理することにした。

次に中分類では開発ポテンシャルと自然条件の合算想起率が高いことがわかる。また図4-4-2より固有名詞と普通名詞の合算想起率については百貨店・リゾートを除いて、よく似た値となっている。これは、後に示す他の4鉄道沿線と比較しても阪急の特徴である。

環境条件の中における中分類の合算想起率は交通アクセス、自然環境、地域ポテンシャルの順に大きくなっている。

地域ポテンシャルについては、個々の固有名詞の想起率は最も高い住宅地の「芦屋」でも47.5%であり、高い想起率のものが少数あるというのではなく20~40%程度の固有名詞が数多く存在していることにより、結果として中分類としての合算想起率が31.7%と最も高くなっているのである。

地域ポテンシャルのうち繁華街については、阪急神戸線の両端の大都市にあたる大阪市と神戸市の繁華街である「梅田」と「三宮」、その中間に位置する西宮市の拠点である「西宮北口」のそれぞれが30~40%程度の想起率となっており、回答が分散していることがわかる。これより阪急沿線の地域イメージに関係する繁華街は、一ヶ所に集中するのではなく、大阪・神戸・西宮の繁華街に分散していることがわかる。

同じく開発ポテンシャルの住宅地についても西宮市の「苦楽園」「甲陽園」、芦屋市にある「芦屋」、神戸市の「岡本」と複数の都市に存在する良好な住宅地が沿線の地域イメージに関係していることがわかる。これらの住宅地は第2章で見たように鉄道敷設を契機として、当時は既成集落が少なく地域開発のポテンシャルの大きなところに形成されたものであり、それを舞台として阪神間のモダンなライフスタイルが展開されたのである。

こうした開発ポテンシャルに続いて、自然環境の合算想起率が高い。これは、既に前節でも指摘しているように、「六甲山」(87.7%)や「甲山」(41.0%)のように地域のランドマークとしての山が地域イメージと大きく関係していることによる。前述した開発ポテンシャルに分類される固有名詞の想起率は高くても40%台であったのに比べて、「六甲山」の想起率は非常に高く、これがランドマーク的な位置づけとなっていることがわかる。特に阪急については、阪神間を走る阪急・JR西日本・阪神の3つの鉄道の中で最も六甲山側に敷設されていることも関係して、阪急=六甲山の連想関係が強くなっているものと考えられる。

河川については阪神間で最も広い河川敷をもつ「武庫川」(35.2%)よりも、良好な住宅地である甲陽園・苦楽園や阪急夙川駅を結び桜の名所で景観的にも優れている「夙川」

の方が河川としての規模は小さいにもかかわらず、その想起率は68.0%と阪急の地域イメージに大きく関係していることがわかる。実際に「夙川」は、河川としてだけでなく、夙川駅を中心としたお屋敷が多い住宅地の総称としても用いられている。また夙川と並行して苦楽園口駅、甲陽園駅を結ぶ阪急甲陽線が敷設されていることもあり、河川の規模としては比較的小さなものであるにもかかわらず、このように良好な景観を代表する固有名詞として地域イメージと大きな関係があるものと考えられる。

さらに、大分類・環境条件に含まれる中分類の交通アクセスについては、「阪急」の想起率が当然ながら高い。また先程の繁華街と同様に「梅田駅」あるいは「三宮駅」も西宮市内の駅とともに想起率が高い。こうしたことから西宮市を中心とする阪急沿線の人々は、大阪市あるいは神戸市という沿線両端の大都市についても、身近にアクセスできる都市という意識を持っていることが考えられる。

次に大分類の社会的条件を見ると、合算想起率は26.5%であり、この中の中分類について「サラリーマン層の流入」に関する合算想起率は殆どない。これは1910年代～30年代を中心に始まった現象であり、ここでは現在の鉄道の沿線地域イメージを調査の対象としていることから、これに関連する固有名詞を予め準備することができなかったためである。ただ、当時の新興層であるサラリーマン層の流入によって沿線に「苦楽園」「岡本」など良好な住宅地が数多く形成されている。このことから沿線の良好な住宅地の存在が、かつての新興階層であるサラリーマン層の流入の結果を示すものになっていると考えられる。

社会的条件の中分類の中に含まれる、イベント・テーマパークや百貨店・リゾートに関しては、阪急を代表するイベントである「宝塚歌劇」（74.6%）、テーマパークは「宝塚ファミリーランド」（50.8%）、またリゾートホテルとして「宝塚ホテル」（42.6%）というように、多くの固有名詞が阪急神戸線からは離れた宝塚市のものが登場しており、宝塚が阪急のイベントやリゾートの拠点的な存在となっていることがわかる。

また、百貨店については梅田の「阪急百貨店」の想起率が高い。場所としての「梅田」や「梅田駅」も固有名詞の中でも阪急沿線の地域イメージに大きく関係しているが、これらの梅田に関する固有名詞の中でも、59.0%と最も高い想起率のものが「阪急百貨店」である。これは第2章でも述べたように、我が国におけるターミナル百貨店の第一号であり、現在もなお梅田におけるシンボリックな商業施設としてのポジションを確保していることによるものと考えられる。

このように宝塚や大阪など広く行政境界を越えて想起率の高い固有名詞があるために、図4-4-1のようにイ百貨店・リゾートについて普通名詞と固有名詞の合算想起率の分布に差ができたように考えられる。

さらにコトに関する固有名詞について、「桜」は夙川をはじめとする河川に名所が多く、これと「六甲山からの夜景」に関しては自然環境の良好さを示す事柄となっている。

また、「ベルサイユのばら」は宝塚歌劇のヒット作品であり、イベントに関係する事柄である。

以上の考察をまとめると、大分類については環境条件、中分類は開発ポテンシャルの合算想起率が高く、これが阪急沿線の地域イメージと大きく関係するものであることがわかる。阪急沿線の地域イメージは大阪・神戸という両端にある大都市の繁華街へのアクセスも容易であるために、これらの都市とも関係が深く、また六甲山や夙川など自然環境にも恵まれた良好な住宅地が多く立地し、宝塚歌劇などの文化・娯楽的な活動とも関係が深いように考えられている、ということができる。

こうした地域イメージの形成プロセスを考慮した想起率についての分類整理方法によると、比較的容易に阪急沿線の地域イメージと関係の大きな分類区分や固有名詞の把握を行うことができた。そこで、この表4-4-1から地域イメージとの関係が出なかった大分類の「人的条件」と、中分類の社会的条件に含まれている「サラリーマン層の流入」を外した表を作成して他の4鉄道沿線についても阪急と同様にして想起率の整理を行い、この分類整理の方法から地域イメージに関係する固有名詞についての考察を行う。

4.4.2 近鉄沿線の地域イメージと合算想起率

阪急沿線の場合と同様に、各鉄道沿線に関して固有名詞を整理したものが表4-4-2から表4-4-5であり、中分類の合算想起率を図示したものが図4-4-3から図4-4-6である。

近鉄沿線については表4-4-2に示すように大分類については環境条件の合算想起率が67.1%で、社会的条件の32.9%よりもかなり大きい。

次に中分類について見ると、環境条件の中分類については開発ポテンシャル（24.8%）と自然環境（22.4%）の合算想起率が高い。開発ポテンシャルに関しては、繁華街についての「難波」（55.4%）など大阪市内の繁華街の想起率が高い。一方住宅地については奈良市にある高級住宅地の「学園前」（54.5%）の想起率のみが高く、多くの住宅地が出現している阪急沿線とは大きく異なっていることがわかる。

また各中分類における合算想起率の分布を見ると、図4-4-3より開発ポテンシャルについては普通名詞が固有名詞より高く、逆に百貨店・リゾートでは固有名詞の値の方が高くなっている。また、各中分類について比較的合算想起率の値に差はない。

環境条件に含まれる中分類では開発ポテンシャルの合算想起率が最も高く、これは繁華街・商業関係に多くの固有名詞があることによる。また自然環境が次いで高く、この中では「生駒山」が91.1%と圧倒的に高い想起率となっている。また交通アクセスに含まれる固有名詞の中では、「近鉄」の想起率が72.3%と高い。駅については大阪市内の始発駅である「近鉄難波駅」の想起率が高いが、終端にあたる奈良駅や中間にある東大阪市内の駅の想起率は高くないことも阪急とは異なっている点である。

表4-4-2 近鉄：構成地物の整理

大分類	%	中分類	%	小分類	モノ	コト
環境条件	67.1	自然環境	22.4	自然	生駒山(91.1) 信貴山 (36.6) あやめ池(61.6)	
				景観		桜(34.8) 生駒夜景(56.3)
		交通アクセス	19.9	鉄道	近鉄(87.5) 近鉄難波駅(39.3)	
				道路	阪奈道路 (42.9) 中央環状線 (30.4)	
		開発・デンシヤル	24.8	住宅地	学園前(54.5)	
社会的条件	32.9	イベント・テーマパーク	20.8	繁華街・商業	難波(55.4) ミナミ(36.6) 鶴橋(33.9) 上本町(33.0) 近鉄N-7(29.5)	
				工業		
				学校	近畿大学(35.7)	
				イベント		ラグビー(36.6) 近鉄ハッパース(32.1)
		百貨店・リゾート	12.1	公園・テーマパーク	あやめ池遊園地(72.3) 生駒山上遊園地(66.1) 枚岡公園 (34.8) 奈良ドリームランド (34.8)	
				祭		
				社寺・史跡	伊勢神宮(44.6) 石切神社(42.9) 東大寺 (31.3)	
				リゾート	伊勢志摩(54.5) 鳥羽 (36.6)	
				百貨店	近鉄百貨店(63.4)	

数字は合算想起率

(%)は想起率

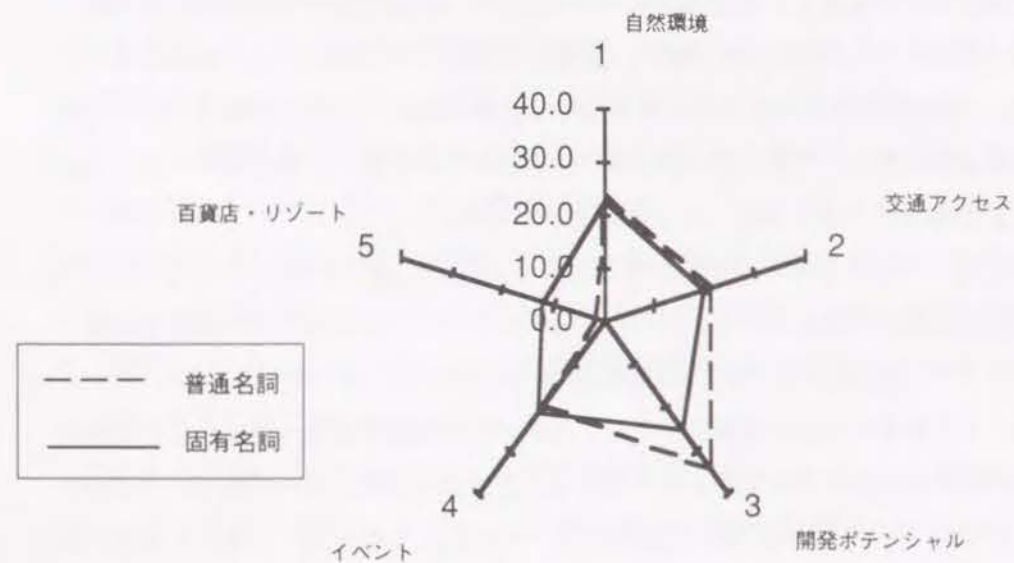


図4-4-3 近鉄：中分類の合算想起率

大分類の社会的条件についての合算想起率は32.9%となっている。これは中分類ではイベント・テーマパークに含まれる歴史性に関する固有名称や百貨店・リゾートについての固有名称の想起率が高くなっている影響である。これらの中では東大阪市内にあるものは、公園の「枚岡公園」と歴史性に関する「石切神社」のみであり、他のものは三重県にある「伊勢神宮」や「鳥羽」、奈良にある「東大寺」など東大阪市内に存在するものの想起率が高くなっている。

近鉄沿線のランドマークである「生駒山」は山としてだけでなく、「生駒山からの夜景」(56.3%)や「生駒山上遊園地」(66.1%)を含めて想起率が高く、これが近鉄沿線の特徴となっている。

このように、近鉄の沿線地域イメージについては繁華街・商業を中心とする開発ポテンシャルや自然環境、歴史性を含むイベント、交通アクセスが関係している。繁華街・商業については路線の端にあたる大阪市、公園・歴史性は奈良にある固有名称が大きく関係している。また、「生駒山」は先程述べたように自然条件以外にも関わりが深い固有名称である。

東大阪市内にある固有名称で独自性がある注目されるのは、学校の「近畿大学」やコトに関するイベントの「ラグビー」である。

以上より近鉄沿線の地域イメージについては、環境条件が大きく影響していることがわかる。ここで繁華街・商業はミナミを中心に大阪市内の固有名称が中心であり、公園・住宅地・歴史性やリゾートについては、「あやめ池遊園地」や「学園前」「東大寺」のように、奈良ないし伊勢方面が中心となっており、東大阪市内についてはランドマークとしての「生駒山」やイベントとしての「ラグビー」や「近畿大学」が関係していることが把握できる。

4.4.3 南海沿線の地域イメージと合算想起率

南海沿線の地域イメージについても、表4-4-3に示すように大分類では環境条件が社会的条件に比べ大きくなっており、他の鉄道沿線と共通している。

また図4-4-4に示すように中分類を見ると、イベントの合算想起率(25.7%)が高くなっていることがわかる。この値は5鉄道沿線の中でも最も高いものである。環境条件の中では交通アクセス、自然環境、開発ポテンシャルの合算想起率が20~25%であり、この中では開発ポテンシャルの合算想起率が最も高くなっている。

次に各中分類について見ると、交通アクセスに関しては、鉄道が「南海」だけでなく、堺市を通る「泉北高速鉄道」や「阪堺電軌」も想起率が高く、「南海」を中心に堺市に関連する鉄道も地域イメージと関係していることがわかる。一方駅については大阪市内にある南海の「難波駅」のみが50.5%と想起率が高く、地域イメージを代表する駅はこの一つ

表4-4-3 南海：構成地物の整理

大分類	%	中分類	%	モノ	コト
環境条件	66.1	自然環境	20.9	自然	高野山(72.0) 大和川(51.6) 二色の浜(48.4)
				鉄道	南海(67.7) 阪堺電軌(30.1) 南海難波駅(50.5)
				道路	国道26号(45.2) 阪神高速道路(28.0)
		交通アクセス	19.8	空港	関西国際空港(45.2)
				住宅地	泉北NT(63.4) 難波(55.9) 堺東(53.8) なんばCITY(63.4)
				工業	学校
社会的条件	33.9	イベント・テーマパーク	25.7	イベント	公園・テーマパーク
				祭	浜寺公園(48.4) 狭山遊園地(29.0)
				社寺・史跡	仁徳天皇陵(66.7) 住吉神社(50.5)
		百貨店・リゾート	8.2	リゾート	百貨店
					みさき公園(46.2) 高島屋(72.0)

数字は合算想起率

(%)は想起率

に集中している。

開発ポテンシャルについては繁華街・商業のウェイトが大きく、「堺東」を除くと、百貨店の「高島屋」も含めて大阪市内の「難波」を中心とする繁華街ミナミに関係するものであると考えられる。これは近鉄と同様に繁華街・商業や駅も含めてミナミに対する一点集中性が高いことがわかる。

自然では「高野山の72.0%が飛び抜けて高い想起率であり、「大和川」(51.6%)の想起率も高い。これらは地域のランドマーク的に機能しているように考えられる。

またイベントについては歴史性に関する固有名詞の想起率が高く、このなかでは堺市内にある「仁徳天皇陵」が66.7%と高い想起率になっている。

コトについては堺市出身の「与謝野晶子」が人名で出ていることが注目される。祭については沿線の都市であり泉州地域を代表する「岸和田のだんじり祭」も沿線の地域イメージに関係していることがわかる。

以上のように、南海沿線の地域では、大分類については環境条件、中分類はイベント次いで開発ポテンシャルの合算想起率が高いことがわかる。特に中分類のイベントの合算想起率が高い点は他の鉄道沿線と異なった南海の特徴である。

また繁華街・商業では大阪市のミナミ、歴史性については堺市にある「仁徳天皇陵」、祭は「岸和田だんじり祭」、ランドマークとしての山は「高野山」などが南海の沿線地域と関係があることが把握できる。これらの固有名詞は調査対象都市の堺市とは離れた位置にあり、近鉄の沿線地域イメージは行政境界を越えたものとなっていることもわかる。

4.4.4. 京阪沿線の地域イメージと合算想起率

京阪沿線の地域イメージについては表4-4-4に示すように、やはり環境条件のほうが社会的条件よりも合算想起率が高い。

図4-4-5に示すように中分類では、開発ポテンシャルとイベントの合算想起率が高く、次に自然環境と交通アクセスが、これに続く。また図より受ける京阪の全体の印象は、南海のものと合算想起率の分布が似ていることと、阪急と同様に普通名詞と固有名詞とが似た分布になっていることである。

開発ポテンシャルについて、繁華街・商業では京阪沿線でも非常に賑やかで、大阪市内におけるJR西日本の大阪環状線との乗換駅がある「京橋」と、その駅付近にある「京阪モール」や「OBP(大阪ビジネス・パーク)」の想起率が高くなっている。住宅地については「枚方」そのものや市内にある「楠葉ローズタウン」や「香里園」の想起率が高い。また産業として「松下電器」が64.5%と高い想起率になっており、京阪沿線については繁華街は京橋、住宅地は枚方、その間に松下電器の工場などがあるように考えられている。

イベントの中では歴史性とイベントに関する固有名詞の想起率が高い。ここでは枚方市

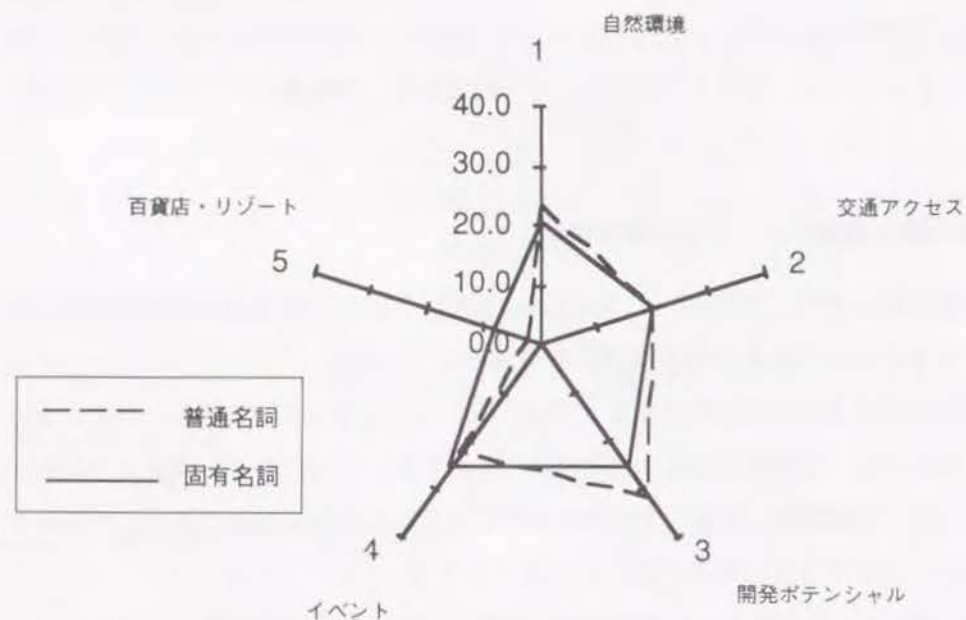


図4-4-4 南海：中分類の合算想起率

表4-4-4 京阪：構成地物の整理

大分類	%	中分類	%	モノ	コト
環境条件	68.3	自然環境	20.0	自然	男山(35.5) 淀川(80.6) 天の川(27.4)
				景観	比叡山(27.4) 寝屋川(37.1) 琵琶湖(41.9)
		交通アクセス	19.6	鉄道	京阪(75.8) 枚方市駅(54.8)
				道路	京橋駅(40.3) 国道1号(53.2)
		開発ポテンシャル	28.7	住宅地	枚方(46.8) 香里園(41.9)
社会的条件	31.7	イベント・テーマパーク	25.0	繁華街・商業	京橋(35.5) 京阪モール(35.5) くずもーと(27.4)
				工業学校	桶屋ロースタイン(43.5) OBP(29.0) ピオルネ(30.6)
				イベント	枚方(80.6) 河川敷公園(35.5)
				公園・テーマパーク	京都競馬場(50.0) 大阪城公園(29.0)
		百貨店・リゾート	6.7	祭	天神祭(33.9) 祇園祭(29.0)
				社寺・史跡	石清水八幡宮(38.7) 成田山不動尊(35.5)
				リゾート	くらわんか舟(35.5)
				百貨店	京阪百貨店(40.3)

数字は合算想起率

(%)は想起率

内にある、「枚方パーク」(80.6%)とそこを会場に開催される「枚方菊人形」(83.9%)の想起率が高いことが注目される。大阪市内のものでは「大阪城」(38.7%)と「大阪城公園」(29.0%)、京都方面では「京都競馬場」(50.0%)と「石清水八幡宮」(38.7%)というように公園や歴史性に関するものは枚方市を中心に大阪市内、京都方面にも広がって存在している。

また自然に関しては沿線の地形にも原因しているが、突出したランドマーク的な山が沿線に無いために他の沿線のように想起率で上位になる山はない。その代わりに河川、特に「淀川」は80.6%と極めて高い想起率である。また、これに関連する「河川敷公園」(35.5%)や「くらわんか舟」(35.5%)、「天神祭」(33.9%)を含めて地域イメージに大きな関わりがあるといえる。

これより京阪沿線については大分類では環境条件、中分類で開発ポテンシャルの合算想起率が高いことがわかる。また地域イメージに関係があるものとして枚方市にある枚方パークや菊人形、住宅地、淀川とともに、繁華街・商業や公園、歴史性、祭については大阪市の京橋や大阪城、その他京都市の京都競馬場なども関係があることが把握できる。

4.4.5 阪神沿線の地域イメージと合算想起率

阪神沿線の地域イメージについては、表4-4-5に示すようになっている。ここでも大分類については環境条件のほうが社会的条件よりも合算想起率が高くなっている。

図4-4-6には中分類の合算想起率の分布を示している。これによると開発ポテンシャル、自然環境の合算想起率が高くなっている。また図より、百貨店・リゾートを除く各中分類とは比較的近い値であり、これらの合算想起率の分布形は近鉄のものと似ていることがわかる。

中分類の開発ポテンシャルの合算想起率が26.3%と最も高い。ただ、この中に含まれる固有名詞には「武庫川団地」の66.7%以外は想起率が目立って高いものは無く、多くの固有名詞に分散しているために、結果的には合算想起率が高くなったと考えられる。開発ポテンシャルについては住宅地に関する固有名詞が多くあるが、これと比べると産業や繁華街・商業の固有名詞は数も少なく、その想起率も小さい。

阪神は阪急とは同じ阪神間に敷設されているために、ほぼ同様の固有名詞を用いて調査を行っている。ここで固有名詞の想起率について阪急と阪神を比較すると、阪急では比較的大阪・神戸の商業と良好な住宅地の想起率が高いが、阪神では個別に想起率の高いものが少なく、商業施設や住宅地についても比較的最近立地したものがあげられており、同じ都市内に敷設された鉄道の沿線ではあるが異なった地域イメージとなっている。

次に自然環境については、山では阪急沿線と同様に「六甲山」(70.0%)、河川では阪急と逆転して「夙川」(53.3%)よりも「武庫川」(68.3%)の想起率が高い。武庫川に

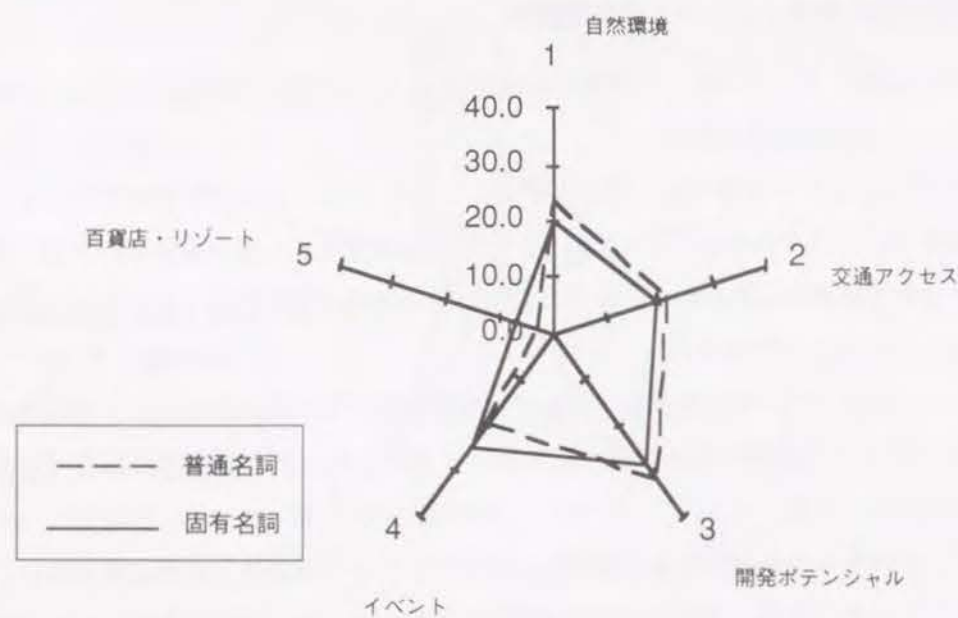


図4-4-5 京阪：中分類の合算想起率

表4-4-5 阪神：構成地物の整理

大分類	%	中分類	%	モノ	コト
環境条件	68.6	自然環境	22.4	自然	六甲山(70.0) 武庫川(68.3) 芦屋川(33.3) 香櫨園浜(48.3)
				景観	六甲からの夜景(30.0) 桜(45.0)
		交通アクセス	19.9	鉄道	阪神(93.3) JR(26.7) 甲子園駅(26.7)
				道路	国道43号(71.7) 阪神高速道路(40.0) 国道2号(33.3)
		開発ポテンシャル	26.3	住宅地	武庫川団地(66.7) 六甲マゼンタ(35.0) アサガハ甲子園(28.3) 阪神工業地帯(36.7) 甲子園(住宅地)(36.7) 芦屋浜住宅(33.3)
社会的条件	31.4	イベント・テーマパーク	21.6	イベント	阪神タイガース(60.0) 高校野球(43.3)
				公園・テーマパーク	甲子園球場(81.7) 河川敷公園(31.7) 甲子園阪神パーク(73.3) 尼崎競艇(28.3)
				神社・史跡	西宮神社(63.3) 灘の生一本(76.7) 西宮宮水(45.0)
		百貨店・リゾート	9.8	リゾート	百貨店 阪神百貨店(35.0)

数字は合算想起率

(%)は想起率

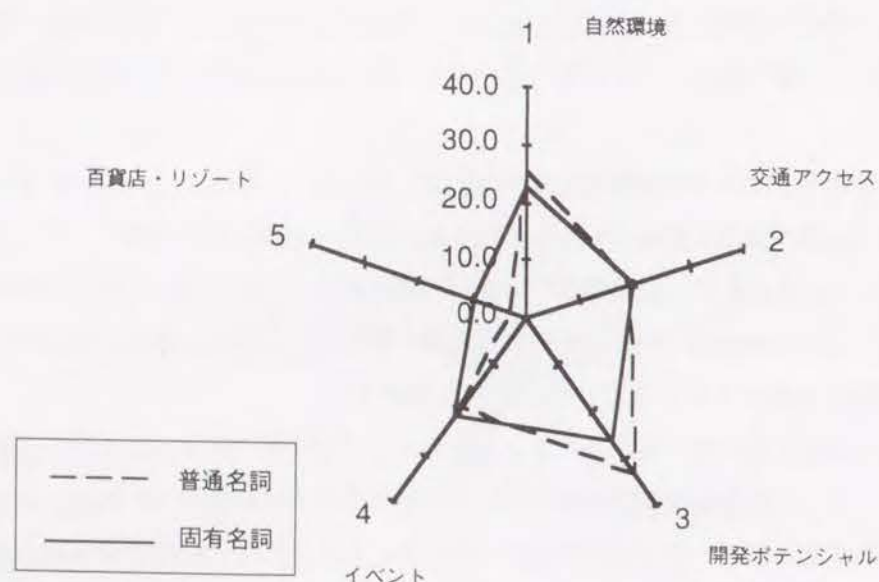


図4-4-6 阪神：中分類の合算想起率

関しては、河川の他に「武庫川団地」(66.7%)や「河川敷公園」(31.7%)も関係がある。また阪神沿線は阪神間では最も海側に敷設されており、海に関するものとして「香櫨園浜」も高い想起率となっている。

交通アクセスについては、阪神間にある「阪急」「JR西日本」も含まれ、阪神の地域イメージに関係していることがわかる。駅については「甲子園駅」の想起率が高く、梅田駅や三宮駅の想起率も高い阪急とは異なっている。また阪神と並行している整備されている幹線道路の「国道43号」の想起率も71.7%と高く、同じ国道43号に高架で設置されている「阪神高速道路」、同様のルートで並行しては北に位置する「国道2号」の想起率も高くなっている。

イベントに関して想起率が高いのは、西宮市内にある「甲子園球場」(81.7%)を中心に「甲子園阪神パーク」(73.3%)「阪神タイガース」(60.0%)「高校野球」(43.3%)「甲子園住宅地」(36.7%)「甲子園駅」(26.7%)など想起率の高い固有名詞が数多く存在していることによるものである。

また、社寺・史跡については戎(えびす)信仰の中心である「西宮神社」(63.3%)や、地場産業である酒造業と関係の深い「灘の生一本」(76.7%)、「西宮宮水」(45.0%)というような古くから西宮市に存在しているものの想起率が高く、阪急とは大きく異なっている。

以上のように阪神沿線における合算想起率は中分類について環境条件、中分類では開発ポテンシャル、自然環境、次いでイベント・テーマパークの合算想起率が高くなっている。開発ポテンシャルについては「武庫川団地」など住宅地が多く関係している。また自然環境として山は「六甲山」、河川は「武庫川」であり、西宮市については野球を中心に「甲子園」や酒造業とそれに関連する「西宮神社」などの伝統的あるいは歴史的なコトに関連する固有名詞や、さらに交通アクセスとして鉄道だけではなく「国道43号」などの道路も地域イメージと多く関係していることが理解される。

4.4.6. 各鉄道沿線の合算想起率

図4-4-7は各鉄道沿線について中分類の合算想起率をまとめてレーダーチャートとして図示したものである。

これを見ると近鉄と阪神は、それぞれの中分類について比較的均等に合算想起率が分布していることがわかる。また南海と京阪はイベントの合算想起率が他の鉄道沿線に比べて高いことが特徴であることがわかる。

また、阪急のみが地域ポテンシャルの合算想起率が他の鉄道沿線に比べて高く、イベントが低いという独特の分布形になっている。阪急では大阪市・神戸市の中心的な商業集積地を結ぶ路線であることや、沿線に良好な住宅地を数多く持つことから地域ポテンシャル

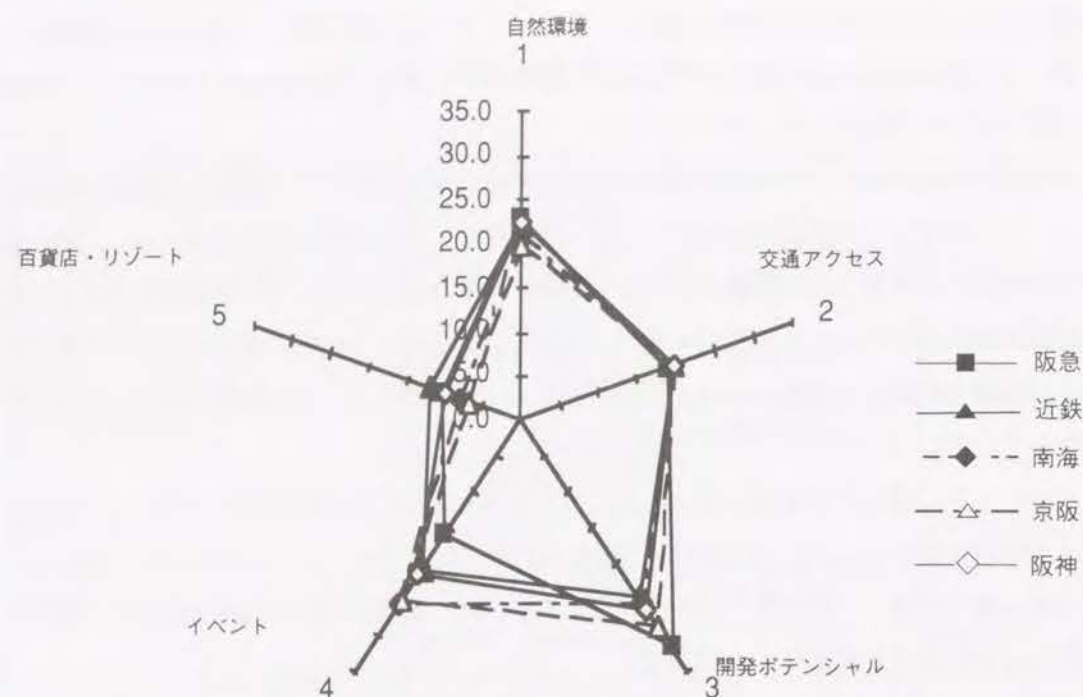


図4-4-7 各鉄道沿線：中分類の合算想起率

の値が高くなったのであると考えられる。また、ここではイベントに分類されている歴史性や祭などが阪急沿線では乏しく、このためイベントの値が小さくなっているものと考えられる。これは第2章で歴史的に検討したように阪急沿線が大阪市と神戸市の間にありアクセスが恵まれていたこと、また郊外住宅地の形成以前には、歴史的なものが少なかったということが、ここで定量的に把握できたことを示しているように考えられる。

したがって沿線の地域イメージの概略を瞬時に理解するためには、このような中分類についての合算想起率を用いたレーダーチャート作成もひとつの有効な方法であると考えられる。

4.5 まとめ

本章では地域イメージに関して人々が、その地における社会経済条件や歴史的・文化的・風土的な自然条件等のうちで、いかなるものを地域の特色と考えているのかを抽出し、それを考察することを目的とした。具体的には鉄道沿線の地域を対象として、地域イメージを構成すると考えられる普通名詞及び固有名詞に関する想起率を求め、これを分類整理することを通して考察してきた。

1. 本研究の調査方法である制限言語連想法の有効性について4-1で考察を行った。

(1) 京王線の調査においては制限言語連想法に加えて、事前に準備した固有名詞以外

に地域イメージと関連あるものについては自由に記述してもらった。ここで自由連想で回答されたものについては、最も高い想起率のものでも5%であり、計画要素として取り上げる程のものは出なかった。

(2) 自由連想法は駅前地区などの比較的エリアが限定される場合に用いられるが、鉄道沿線地域などの広いエリアの場合は計画要素の抽出までに必要な固有名詞の整理・分類・集計作業が煩雑となり、制限言語連想法の方が調査方法としては簡便である。

(3) 制限言語連想法と自由言語連想法を用いた既往研究と比較することにより、十分な事前調査を行い、かつ100個以上の言語からの選択を調査対象者に求めた場合には制限言語連想法と自由連想法とでは抽出される計画要素となる言語には大きな差がないことが考えられることを示した。

なお、各鉄道沿線において普通名詞・固有名詞ともに上位30位にあたるものの想起率は25~30%となり、以下の考察においては主に30位までのものを対象とした。

2. 関西を代表する5つの鉄道沿線について普通名詞と固有名詞に関して、高い想起率となるものの傾向についての考察を4-2で行った。

(1) 普通名詞において高い想起率であるものは、「住宅地」「公園」「駅」「スーパーマーケット」など身近にある日常生活圏に関連するものである。これは5鉄道沿線においても共通し、人々が通常の「まちのイメージ」といった場合に関連づける地物には地域別に大きな差は無いように考えられる。ここで日常生活圏と名付けたものは人々が一つのまとまった地域としてイメージする範囲とそこに存在する要素からなる地域のアーキタイプ（元型）とでも名付けることができるよう。したがって、各鉄道沿線において日常生活圏とは関連しない普通名詞で高い想起率のものや、日常生活圏に関連するもので想起率の低い普通名詞は地域の個性と関わりがあるように考えられる。

(2) 各鉄道沿線における地域イメージを固有名詞の想起率を用いて、考察を行ったが、これについては、例えば、自然について阪急・近鉄・南海・阪神はそれぞれ「六甲山」「生駒山」「高野山」「六甲山」というように山の想起率が高いが、京阪の場合には沿線にシンボリックな山が少なく、むしろ並行して流れる「淀川」の想起率が高いといったように、各沿線の固有性・地域性が強く反映されていることが明らかになった。

3. こうした傾向を踏まえて普通名詞・固有名詞それぞれがもつ都市計画的な視点から分類を行い、想起率の整理を4-3で行った。

(1) まず大きく普通名詞・固有名詞について物的なものを表す〈モノ〉と、〈ソフト〉な事柄を示すコトに分類し、次にモノについてはK.リンチによる都市イメージの

構成要素である<パス><エッジ><ディストリクト><ノード><ランドマーク>の5つに分類し、コトについては<活動><イベント><景色><歴史性>の4つに分類整理を行った。また同時に各沿線共通に高い想起率になるもの及び各沿線個別で高い想起率となる普通名詞・固有名詞についても分類整理を行った。

(2)各鉄道沿線ともパスについては「鉄道」、エッジについては近鉄を除いて「河川」、ディストリクトについては「住宅地」や「公園」及び各鉄道沿線のテーマパーク、ノードについては「駅」、ランドマークについては「山」及びターミナルにある百貨店の想起率が共通して高いことが明らかとなった。またコトについては、イベントで阪急は「宝塚歌劇」、近鉄は「ラグビー」、南海は「岸和田だんじり祭」、京阪は「枚方菊人形」、阪神は「阪神タイガース」というように一目でその沿線を代表すると考えられる固有名詞の想起率が高く、またそれらが各沿線の地域イメージと関連する割合についても想起率を指標として定量的に把握することができた。

(3)地域イメージについては、K.リンチによる物的なモノだけでなく、その地域に存在する歴史性や風土性・活動などのモノについても大きく関連していることも明らかにすることができた。

(4)この整理表を用いることによって、地域イメージを形成している地域の特色を抽出することができる。また、表の空欄を埋めることにより新たな地域イメージ形成についての示唆を得ることができると考えられる。

4.第2章で阪急沿線の地域イメージ形成についての歴史的な考察を行ったが、そこで示した地域イメージの形成についての条件が、現在から見ればどのように効いているのかを想起率を用いて4-4で考察を行った。

(1)地域イメージ形成の条件を大・中分類に分類整理し、その合算想起率を求めた。これにより、固有名詞が形成するグループが地域イメージに対して持つウェイトを把握することが可能となり、沿線の地域イメージ把握と、それに対して如何なる固有名詞が影響をしているのかについても理解を深めることができることが明らかとなった。

(2)中分類の5項目に関する合算想起率のレーダーチャートを描くことにより、各鉄道沿線の地域イメージの特色の概要が一目で把握できるようになった。

5.想起率によって鉄道沿線を切り口とした地域イメージを考察することにより次のような点が明らかになった。

(1)阪急沿線・近鉄沿線・南海沿線・京阪沿線については調査対象の都市だけでなく、大阪や神戸・宝塚・奈良・京都などの都市について、行政境界を越えて地域イメージについて深い関係があることを定量的に明らかにすることができた。した

がって、地域の個性化を考える場合には、単純に都市を単位とすることだけでなく、鉄道が連絡をする沿線地域を含めて広域的に考えることも重要であることが明らかになった。

(2)阪急と阪神は、同じ阪神間に敷設されているが、山のランドマークは「六甲山」で共通しているものの、河川は阪急の「夙川」、阪神の「武庫川」、イベントでは阪急の「宝塚歌劇」に対して阪神の「甲子園球場」であり、住宅地についても阪急は主に1920年代以降に形成されたものが中心であるが、阪神は比較的最近の住宅地というように、同じ西宮市を中心に、それぞれの沿線を調査対象とした場合でも、各々の鉄道沿線によって抱かれている地域イメージや、それと関係する想起される固有名詞には明らかに違いがあることがわかった。

6.以上のように地域イメージを考える切り口として鉄道沿線を取り上げる意義についても明らかにすることができたと考えられる。このような一連の考察は大久保昌一の言う都市の個性化を促進するために、最初に行わなければならない、着目する地域の歴史性などの地域特性を把握する作業であると位置づけられよう。

第4章参考文献

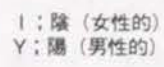
- 1)大久保昌一：都市とアイデンティティ，都市問題研究第45巻第3号（通巻507号），pp.3～19，都市問題研究会，1993.
- 2)志水英樹：「街のイメージ構造」，技報堂出版，pp.19～22，1979.
- 3)西井和夫・佐佐木綱：風土分析にもとづく都市・地域計画の新たな展開，土木計画学研究・講演集No.15(2)，pp.143～147，1992.
- 4)大阪府企画部：「大阪府における文化景観創出システムの導入のための基礎調査」，1981.
- 5)K.Lynch：The Image of the City，MIT Press，1960. [丹下健三・富田玲子訳：「都市のイメージ」，岩波書店，1968.]
- *6)土井勉・三星昭宏・北川博巳・西井和夫：関西私鉄三沿線における地域イメージの構造把握に関する研究，第29回日本都市計画学会学術研究論文集，pp.565～570，1994.
- 7)池田朋子・大貝彰：文学作品中の空間描写にみる都市景観に関する研究—高山のケーススタディ，第28回日本都市計画学会学術研究論文集，pp.583～588，1993.
- *8)栄健一郎・土井勉・木内徹・三星昭宏・北川博巳：私鉄沿線都市における地域イメージ構造分析，平成6年土木学会関西支部年次学術講演会講演概要IV-25-1～IV-25-2，1994.
- *9)土井勉・木内徹・三星昭宏・北川博巳・西井和夫：鉄道沿線における地域イメージの構造に関する研究，土木計画学研究・講演集・No.17，pp.633～636，1995.
- *10)土井勉・木内徹・三星昭宏・北川博巳・西井和夫：鉄道沿線における地域イメージの構造に関する研究，土木計画学研究・論文集・No.12，pp.367～374，1995.

(本研究の一部は、以上の*印の論文に発表されている。)

第5章 連想確率を用いた 沿線地域イメージの考察

そこで本章では、こうした考え方を背景にして、第4章で見いだした地域イメージと関連の深い普通名詞及び構成地物について、これら相互の関連性を把握することにより地域イメージの構造を考察することを目的とする。

I ; 陰 (女性的)
Y ; 陽 (男性的)



この結果を用いて、普通名詞・固有名詞における相互の連想によるイメージの連結性を把握することが可能となる。本研究においては、この連結性を表す指標を連想確率 R_{ik} と呼び、次のように定義した。普通名詞Aあるいは固有名詞Dの*i*番目に対して、連想された普通名詞Bあるいは固有名詞Eの*k*番目の名詞の出現回数 N_{ik} を用いて、式(5-1)により連想確率 R_{ik} を求めた。

$$R_{ik} = N_{ik} / \sum_{k=i+1}^{I-1} N_{ik} \quad (i \neq k, i=1, 2, \dots, I-1) \quad (5-1)$$

これより連想確率とは、ある普通名詞あるいは固有名詞から別の普通名詞・固有名詞への連想が全連想の中に占める割合であるといえる。本章ではこの連想確率を用いて、鉄道沿線の地域イメージと普通名詞間及び固有名詞間の連想の関連について考察を行うものである。

5.2 連想確率とイメージマップ

5.2.1 連想確率とイメージマップ

各鉄道沿線ごとに普通名詞及び固有名詞に関する連想確率を式(5-1)より求めた。連想確率を指標として普通名詞間や固有名詞間の関連性を把握するためには、これを用いたイメージマップの作成を行い、その関連性をビジュアルに表現することが必要である。

ここでイメージマップの作成にあたっては、普通名詞・固有名詞の布置の方法が問題となる。例えば、西井和夫²⁾は、甲府と東山梨における地域イメージの構造を把握するために地物間の類似性を示す類似度尺度という概念を用いてイメージマップを作成している。ここでそこにおける地物の布置については、地図上と同じ位置関係としてイメージマップを描いている。

また、駅前地区を対象として、そのイメージ構造の把握を目的とした志水英樹³⁾も、地図の上に「街のイメージ」を構成する商業施設などのキーエレメントを布置し、イメージの流れについて考察を行っている。このように地域イメージとそれを構成する地物の連想構造を把握するためには、直観的に地物間の関係についての把握が行いやすい地理的位置関係にもとづく地物の布置によりイメージマップを作成することが多い。

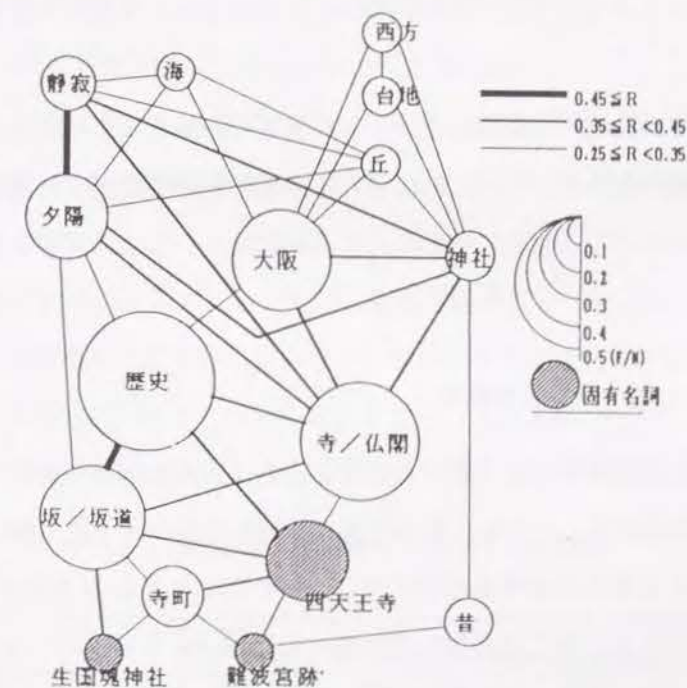
しかし、ここで連想関係の考察を行う対象となるのは普通名詞及び固有名詞である。固有名詞については、地理的な位置関係を比較的明確に定めることができるが、普通名詞については固有名詞と異なり、その地理的な位置関係を定めることが困難なものが多く、こ

れによるイメージマップの作成は困難であると考えられる。

また5つの鉄道の沿線地域イメージの構造を連想確率により把握することを目的としていることから、可能な限り各鉄道沿線間の比較検討が行いやすいように、同じ考え方でイメージマップを作成することが望ましい。

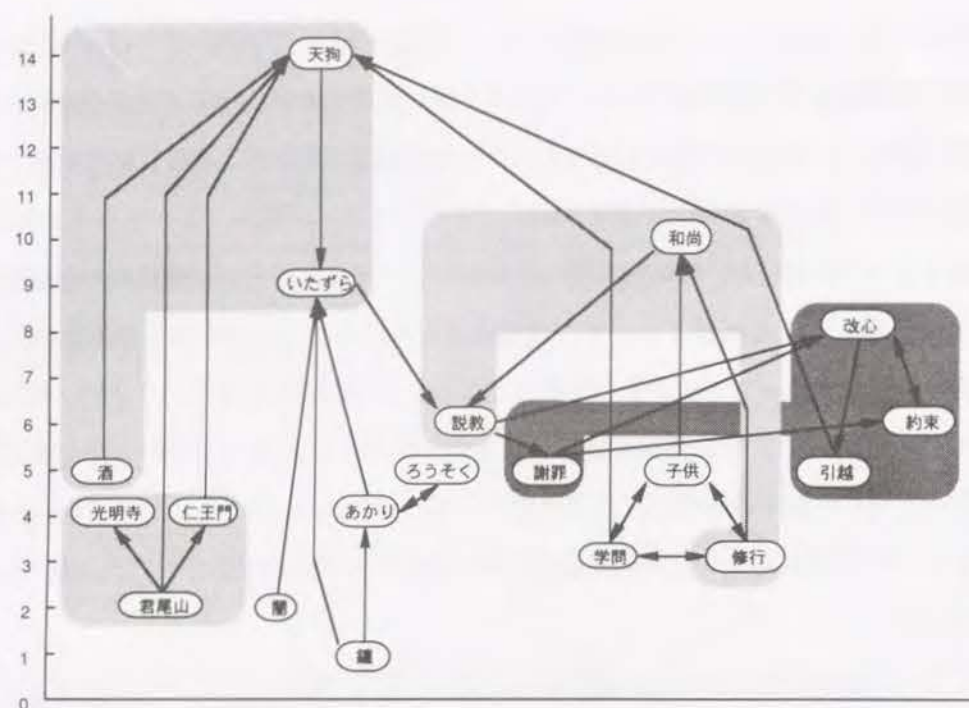
地域イメージ研究において名詞を用いたもので、こうした考え方に類似した研究としては近藤隆二郎⁴⁾による地域イメージを構成すると考えられる普通名詞と固有名詞という名詞群の混在したキーアイテムという概念により、その類似度を用いてイメージ構造を考察したもの(図5-2-1)や、竹林幹雄・佐佐木綱ら⁵⁾による民話や文学の分析を通して地域の風土心性を把握するために、そこに使われているキーワードとしての名詞間の関係を示すイメージウェイト(IW)という概念を用いてイメージの連鎖を分析した研究(図5-2-2)がある。

ここで、近藤の研究においては普通名詞と固有名詞を一緒にしたイメージマップを作成しているが、これらの名詞群の布置の考え方については特に意識されてはいないように思われる。また竹林らの研究においては、イメージウェイトを座標にしてイメージマップが作成され、キーワード間の階層性について考察されている。これらの研究においては、名詞群が布置されているイメージマップの意味よりも、名詞間の関連性についての表現を行う



ここでF/Nは連想語の想起確率、Rは類似度を示す(参考文献4)。

図5-2-1 近藤による「上町台地」のイメージ⁴⁾



縦軸はイメージウェイト、→は連想確率(参考文献5)より。

図5-2-2 民話におけるイメージ連鎖⁵⁾(参考文献5掲載図を一部修正)

ことに主力が置かれているように思われる。普通名詞を主に検討の対象とした地域イメージの研究においてはイメージマップ作成についての整理された考え方がまだないよう考えられる。

したがって本章では鉄道の沿線地域イメージの構造を把握するためのイメージマップについても、その作成の考え方により、抽出される普通名詞間及び固有名詞間の関連性にも差があることを明らかにし、目的に対応したイメージマップ作成に関する示唆を得ることも目的とする。

5.2.2 連想確率とイメージ要素連結度

式(1)により求めた連想確率により普通名詞間あるいは固有名詞間の連想の結びつきの方向と大きさが明らかになる。ここで、その大きさの捉え方については、例えばある普通名詞や固有名詞に関する最大の連想確率に注目し、その関連性を見る方法が考えられる。

この考え方については、例えば都市交通計画におけるパーソントリップ調査のOD表をもとに交通圏⁶⁾の設定・分析を行うために用いる第1優着トリップ⁷⁾と類似した概念のものとなる。第1優着トリップ算出の目的はゾーン間の分布交通量を用いて、交通の集中する核と、その広がり圏域である交通圏を設定して、交通計画を考えるゾーンのまとまり

を把握することに主な目的がある。そのためにゾーン間の最大の結びつきを示す、あるゾーンに関する最大のゾーン間交通量を第1優着トリップと定義し、これを結ぶことにより、ゾーン間のつながりを把握し交通圏の設定を考えるものであった。

普通名詞や固有名詞に関する連想の広がりについて把握することが目的であれば、こうした第1優着トリップの考え方をを用いて、それぞれの普通名詞、あるいは固有名詞について最も大きな値となる連想確率に着目して連想構造を把握することも考えられる。しかし、ここでは連想の広がりだけでなく、普通名詞間や固有名詞間について複数にわたる関連性についても把握を行うことを意図しているため、最大の連想確率のみに着目するだけでは十分ではない。むしろ、各名詞間の連想の結びつき数と、その大きさの両者が重要であると考えた。

ここでは連想関係があると考えられる連想確率の値については次のように考えた。すなわち総連想確率の中で、大きな値となるもののうちで上位5%以上の大きさのものについて、連想関係が強いと仮定して、これ以降の考察を進めることにする。

本研究における全連想回答数は表5-2-1に示すように各鉄道沿線におけるサンプル数によって異なるが、阪急の3,000から京阪・阪神の1,400程度となっている。この全連想回答数には、同一の普通名詞間の連想及び固有名詞間の連想が含まれているので、総連想確率の数は当然全連想回答数よりも小さく、1,300から700程度となる。また総連想確率の数のうちで上位5%となる連想確率の値は0.4%から0.3%となっている。この値を普通名詞間あるいは固有名詞間における連想についての調査対象者による回答数に直すと5から9となり、調査対象者の7%から10%程度の人々が、この普通名詞間あるいは固有名詞間について連想があると考えていることを意味している。

普通名詞あるいは固有名詞にとっては、総連想確率のうちで上位5%に該当する連想確率について、連想確率の相手先が多いほど、他の普通名詞や固有名詞との連想上の結びつきが多いことを示していることがわかる。そこで、この連想の相手先の数を普通名詞間あ

表5-2-1 連想確率とサンプルの関係

	阪急		近鉄		南海		京阪		阪神	
	普通名詞	固有名詞	普通名詞	固有名詞	普通名詞	固有名詞	普通名詞	固有名詞	普通名詞	固有名詞
1 全連想回答数	2935	2988	2686	2703	2197	2262	1417	1445	1413	1471
2 総連想確率の数	1330	1281	1110	1058	981	940	709	740	767	683
3 2の上位5%に対応する連想確率(%)	0.27	0.27	0.3	0.33	0.32	0.4	0.42	0.41	0.35	0.42
4 3の連想回答数	8	8	8	9	7	9	6	6	5	6
5 全サンプル数	122	122	112	112	93	93	62	62	60	60
6 4/5	6.5%	6.6%	7.2%	8.0%	7.6%	9.7%	9.6%	9.6%	8.2%	10.3%

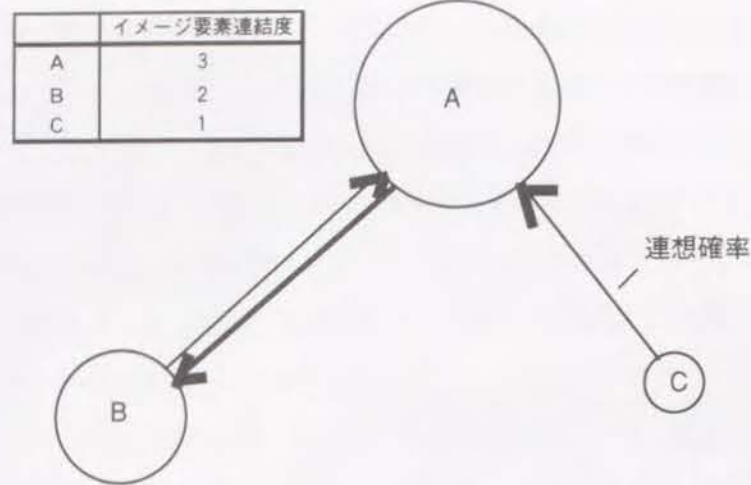


図5-2-3 連想確率とイメージ要素連結度

るいは固有名詞間の連想の結びつきの多さを示す指標をイメージ要素連結度と呼ぶことにする。連想確率とイメージ要素連結度との関係については図5-2-3に、その概念を示す。

5.2.3 ジャンルにもとづく普通名詞のイメージマップ

連想確率による普通名詞間の連想関係を表現するために、これを空間的に表現し視覚的に連想を把握する方法としてイメージマップの作成が考えられる。固有名詞の場合は地理的な位置にもとづくイメージマップの作成が可能であるが、普通名詞の場合は地理的な位置の特定が困難であり、これとは別の方法でイメージマップの作成を考える必要がある。ここでは普通名詞に関して分類を行い、この分類にもとづいて図上に配置された普通名詞間の連想関係について考察を行うことを考えた。

そこで普通名詞の持つ意味に着目して、第2章において調査を行った際に用いた名詞群を分類する<自然>、<歴史・文化>、<産業社会>、<都市施設>、<交通施設>の5つのジャンルを座標軸として、想起率の小さなものを中心に近く、大きなものを外側に布置することによりイメージマップの作成を行い、普通名詞間の連想確率の結びつきを矢印で示すことにした。なお、ここで示す矢印の向きA→Bは、AにBが類似していると回答されたことを示している。

このような考え方にもとづいて各沿線ごとに作成した普通名詞に関するイメージマップが図5-2-4～図5-2-8である。

これを見ると、想起率の大きな普通名詞には多くの矢印の出入りがあり、他の多くの普通名詞と連想関係にあることや、同じく想起率の大きなものを中心にして幾つかの連想の

グループ（集塊）が形成されていることがわかる。こうした傾向は各鉄道沿線に共通して存在しており、各沿線ともに普通名詞に関する主な連想構造については比較的よく似ていることがわかる。

ここで想起率の大きさとイメージ要素連結度の関係について考察するために、第4章で抽出した5つのジャンル別に想起率の上位2位の普通名詞に関して連想確率の矢印の数（イメージ要素連結度）を取り出して示したものが表5-2-2である。

これより、「住宅地」は各鉄道沿線ともにイメージ要素連結度の大きなことがわかる。「住宅地」以外の普通名詞については鉄道沿線ごとにイメージ要素連結度が変化する。例えば「山」と「河川」について、阪急では共にイメージ要素連結度がそれぞれ6と5という大きな値であり、阪神でも阪急より、少しイメージ要素連結度は少ないが似た傾向となっている。それに対して近鉄では「山」の連想確率が出・入の合計で9本となっており、各鉄道沿線の中でもイメージ要素連結度は最も大きな値であるが、一方で「河川」のイメージ要素連結度は0となっている。「山」についてイメージ要素連結度が多い近鉄・阪急・阪神では「山」との連想で「坂」や「木」の他に「夜景」との連想がある。これは生駒山や六甲山上には展望台があり、そこからの夜景が美しいことから連想されていると

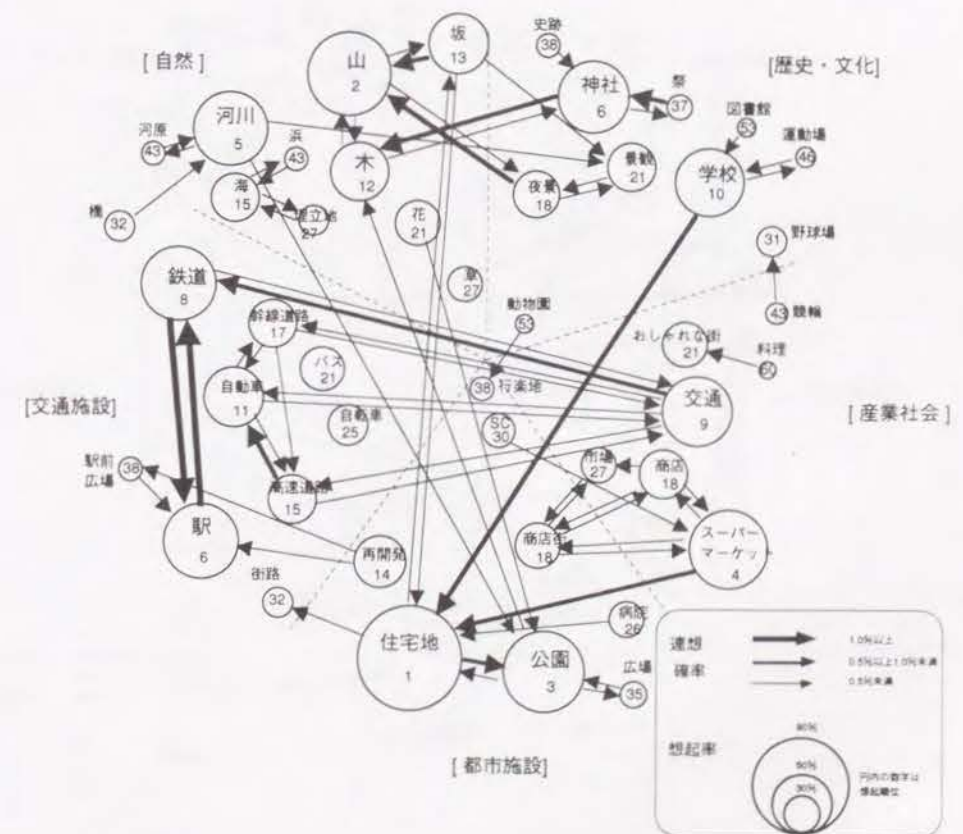


図5-2-4 阪急・普通名詞：ジャンルによるイメージマップ

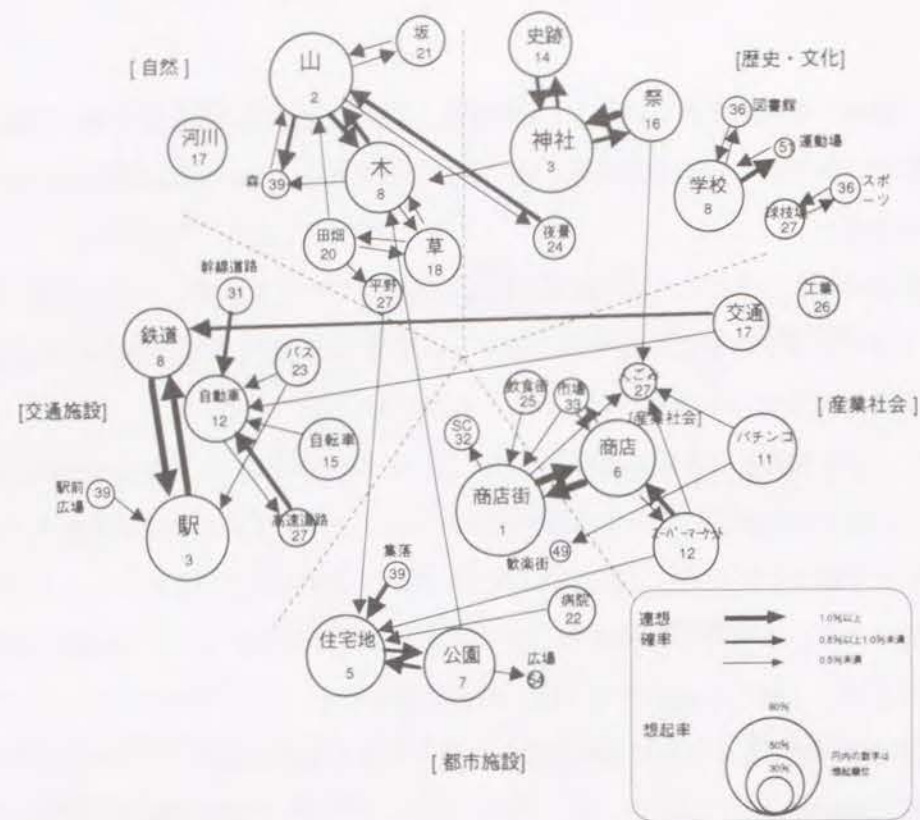


図5-2-5 近鉄・普通名詞：ジャンルによるイメージマップ

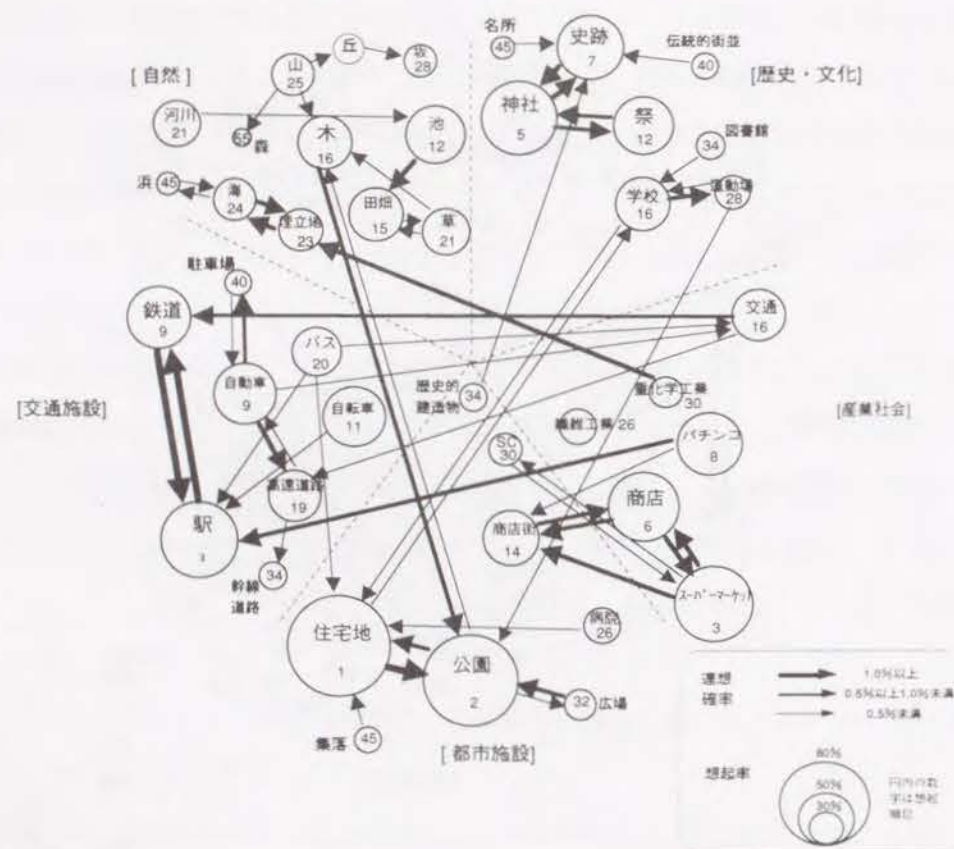


図5-2-6 南海・普通名詞：ジャンルによるイメージマップ

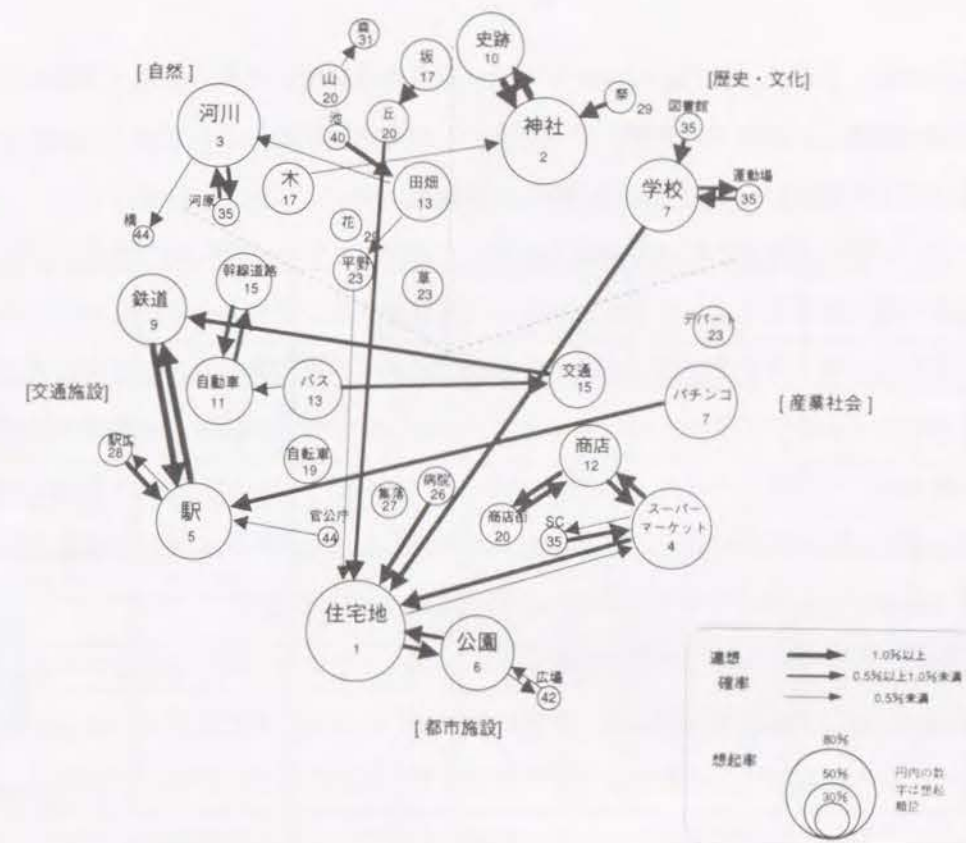


図5-2-7 京阪・普通名詞：ジャンルによるイメージマップ

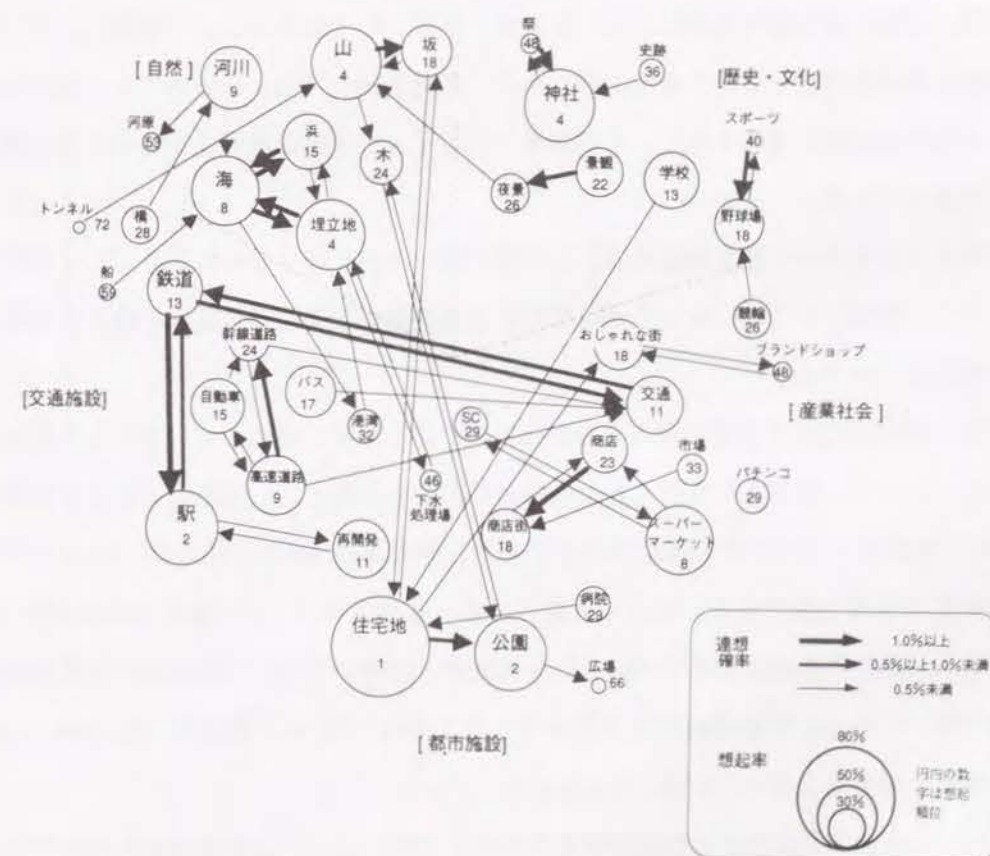


図5-2-8 阪神・普通名詞：ジャンルによるイメージマップ

考えられる。また、「河川」についてイメージ要素連結度が大きい阪急・京阪のうち、阪急では「河原」に加えて「景観」や「公園」との連想、京阪については「田畑」との連想があることが図5-2-4～図5-2-8から明らかとなる。

イメージ要素連結度と想起率の関係について図示したものが図5-2-9である。これより、想起率の値の高さとイメージ要素連結度とは関係があることがわかる。しかし、例えば近鉄の「河川」のように想起率は50%であるが、イメージ要素連結度は0であるものや、同じく近鉄の「山」ではイメージ要素連結度が9と、全ての沿線における普通名詞の中でも最も多いが、その想起率は72.3%であり近鉄の「商店街」(75.6%)や80%を超える阪急・南海・京阪・阪神の「住宅地」などに比べると低くなっており、イメージ要素連結度と想起率とは必ずしも同じ傾向を示すものではないことがわかる。

「河川」の場合については近鉄沿線に、シンボリックな河川がないためであり、第4章の表4-2-5においても固有名詞に関して高い想起率の河川は見あたらない。そこで普通名詞については一般的な「まちのイメージ」に関連するものとして「河川」と回答したものが多くあっても、それが実体験としては、具体的な河川との関連性が明確にイメージできないために、イメージ要素連結度が0になったものと考えられる。一方、「山」の場合については、近鉄沿線で固有名詞として「生駒山」をはじめ「若草山」、「信貴山」など想起率の高く地域を代表するような山が多くあり、普通名詞の「山」においても、連想の結びつくものが具体的に考えやすく、その結果としてイメージ要素連結度が最も大きくなったように考えられる。

このようにイメージ要素連結度は、想起率と似た傾向を持つものの、必ずしも同じものではなく、地域イメージに対してそれぞれの普通名詞相互間に持つ関係を明らかにするものであることがわかる。

また、表5-2-2に示す普通名詞よりも想起率が小さく、表に掲載していない普通名詞についても、イメージ要素連結度が大きなものが存在する。例えば、阪急の「交通」は想起率58.9%であるがイメージ要素連結度は8であり、想起率88.5%の「住宅地」のイメージ要素連結度8と同じ値である。同じく近鉄の「木」も想起率としては8番目の59.8%であるが、イメージ要素連結度は7で「山」の9に続き、阪神の「海」「埋立地」も想起率は共に61.7%、イメージ要素連結度も7であり、これらよりも高い想起率(86.7%)である「住宅地」の6を上回っている。

これらの普通名詞は自らの想起率は若干小さくても、イメージ要素連結度が大きく、他の普通名詞を連想の上で結びつける機能を持ち、地域イメージの形成に関して大きな働き

表5-2-2 ジャンル別連想確率の結びつきの数(普通名詞)

	阪急			近鉄			南海			京阪			阪神		
	出	入	計	出	入	計	出	入	計	出	入	計	出	入	計
山	3	3	6	4	5	9	3	0	3	1	0	1	2	3	5
河川	3	2	5	0	0	0	1	0	1	2	2	4	2	1	3
神社	2	3	5	3	2	5	2	2	4	1	3	4	1	2	3
学校	2	2	4	2	2	4	2	3	5	2	2	4	1	0	1
スーパーマーケット	3	3	6	3	1	4	3	2	5	3	3	6	2	1	3
商店	3	2	5	3	3	6	2	2	4	2	2	4	1	3	4
住宅地	3	5	8	1	5	6	2	5	7	2	6	8	3	3	6
公園	2	4	6	2	1	3	3	4	7	2	2	4	2	2	4
駅	1	3	4	1	3	4	1	4	5	2	4	6	2	2	4
自動車	3	3	6	1	4	5	3	2	5	1	2	3	2	1	3

計の欄はイメージ要素連結度に対応している

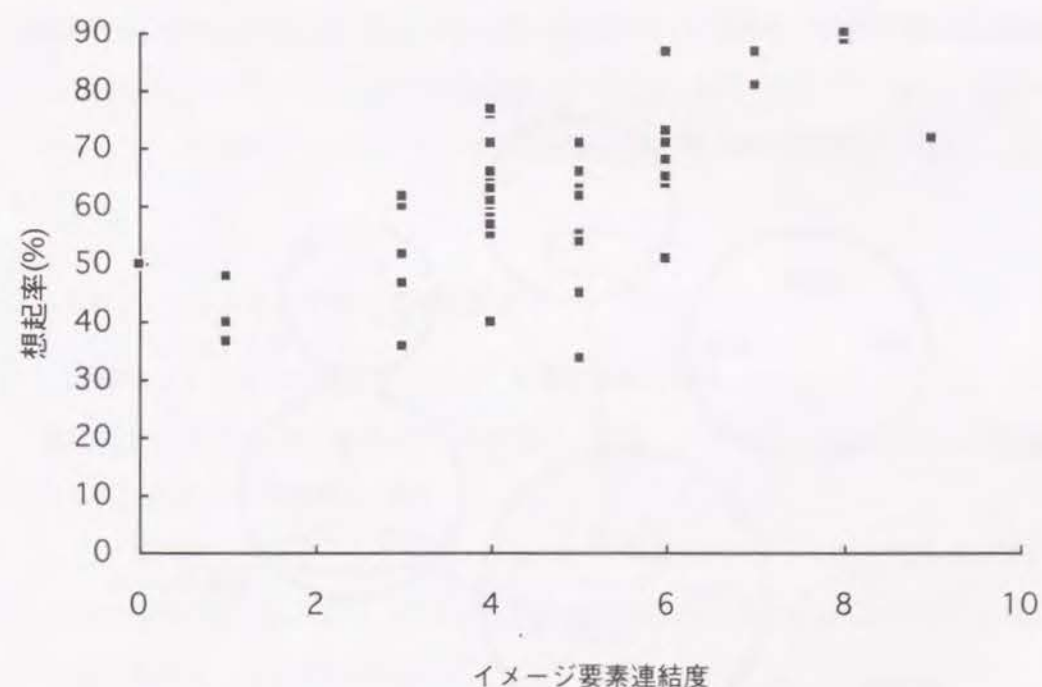


図5-2-9 イメージ要素連結度と想起率の関係(普通名詞)

をしていることが考えられる。

次に各鉄道沿線において存在する連想のグループを考察する。図5-2-4～図5-2-8より各鉄道沿線に共通して存在する連想のグループがあることがわかる。

すなわち「住宅地」「公園」「学校」等の住宅地に関連する普通名詞相互を結ぶものは各鉄道沿線においても、それぞれ大きな連想のグループを形成していることが図5-2-4～図5-2-8より把握できる。同様に、「スーパーマーケット」「商店」「商店街」「市場」等の商業に関連するグループ、「駅」「鉄道」「交通」「自動車」等の交通に関連するグループ、「山」「木」等を中心とする自然関連についてのグループ、「神社」「史跡」「祭」等の地域の歴史に関連するグループなど各鉄道沿線に共通して存在する連想のグループであることがわかる。

また、これらのグループ内部において連想関係があるのは当然としても、阪急・近鉄・南海・阪神では自然関連のグループの「木」と、住宅地関連のグループに含まれる「公園」とが関連性を持つことにより、この両グループが結びつき、全体として連想関係の広がりを大きくする機能を果たしている。この「木」と「公園」のような働きがあるものには阪急・近鉄・京阪において住宅地関連グループと商業関連グループをつなぐ住宅地とスーパーマーケットなどがある。これらは連想のグループ間を結び、それを広げるものという意味で、連想の拡張性が大きいと言えることができる。

また各鉄道沿線で共通した連想のグループが存在する一方で、「学校」を中心とする連

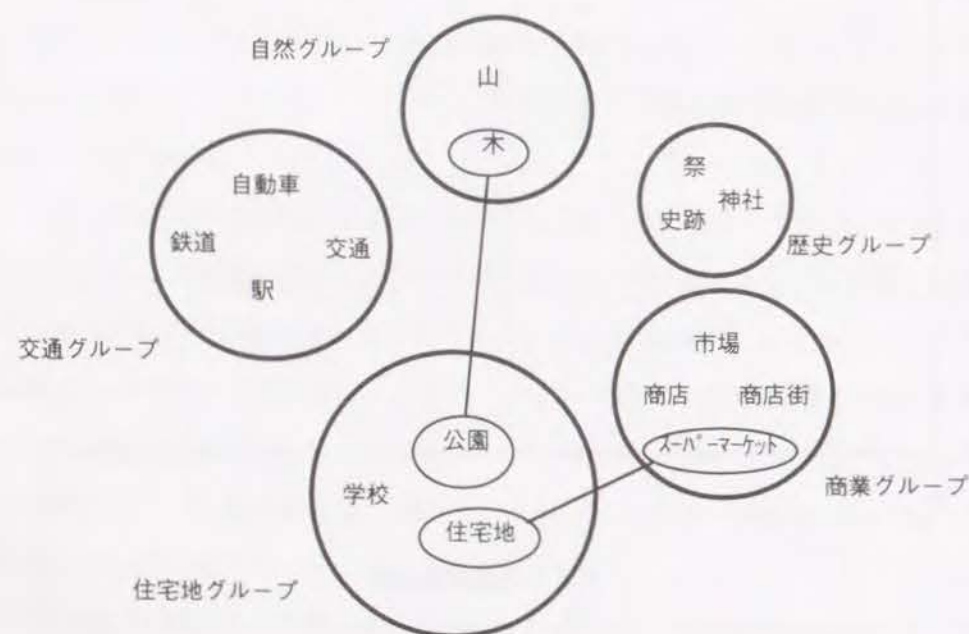


図5-2-10 各鉄道沿線に共通する連想のグループの概念

想のグループなどは、近鉄以外の鉄道沿線では住宅地と関連したグループにつながっているが、近鉄では単独のグループを形成している。これと似たようなものには阪神における「神社」を中心とした連想のグループなどがある。このように多くの場合は大きな連想のグループを形成しているものでも、沿線によっては、それ自身で独立した連想の小グループを形成しているものがある。

以上のようにイメージマップから把握できる各鉄道沿線における普通名詞の連想のグループの概要をとりまとめると図5-2-10に示すようなものになると考えられる。これは、住宅地・交通・自然・商業・歴史に関する大きな連想のグループから構成されており、第4章における普通名詞の想起率の考察から明らかとなった、図4-2-2に示す「日常生活圏のイメージ」における構成要素に関して、ここではそれらの間のイメージのつながりをとらえたものとなっている。ここで模式的に示した図5-2-10は、各鉄道沿線地域における構成地物の関連性を示す、いわば元型（アーキタイプ）といえる。この元型をもとにして、各沿線における地域の実態違いが、それぞれの鉄道沿線での普通名詞のイメージ連結性の差となっているといえる。

連想確率を用いることにより、普通名詞相互の連想上の結びつきの大きさを定量的に把握することが可能となる。また名詞群を分類した5つのジャンルにもとづくイメージマップの上に普通名詞の連想確率の関係を布置することにより、個別の普通名詞間の連想関係だけでなく、複数の普通名詞にわたる連想に関するグループの存在についても把握することができた。このようにジャンルを座標として普通名詞を布置する方法は、連想のグループがジャンルの枠ごとに集まり、その把握が容易であるという特徴のあることもわかった。

5.2.4 ジャンルにもとづく固有名詞のイメージマップ

普通名詞と同じく固有名詞についても連想確率を求め、自然、歴史・文化、産業社会、都市施設、交通施設の5つのジャンル別に、イメージマップを作成したものが図5-2-11～図5-2-15である。

これらの固有名詞のイメージマップからは、普通名詞の場合に比べてジャンルを横断する連想確率が多くあること、阪急、近鉄、南海では各鉄道に関して連想確率が数多く集中していること、などがわかる。

前章の表4-2-3に示す各鉄道沿線で高い想起率となる普通名詞に対応する固有名詞について、その連想確率の矢印の本数（イメージ要素連結度）を見たものが表5-2-3であり、

これらの固有名詞の想起率とイメージ要素連結度との関係を図5-2-16に示す。

図5-2-16より、固有名詞の場合はイメージ要素連結度と想起率との関係が、図5-2-9に示す普通名詞の場合よりも、やや分散している傾向となっていることがわかる。これは、普通名詞の場合には、想起率・連想確率共に各鉄道沿線とも概ね一般的な日常生活圏をイメージしたものとして回答される傾向にあり、鉄道沿線ごとにおいて極端に大きなイメージの差は出ないが、固有名詞の場合には、各鉄道沿線における具体的な物的あるいは事柄間の連想関係の回答となるために、沿線ごとの地域性が普通名詞に比べより大きく出たためであると考えられる。

次に表5-2-3の固有名詞に関するジャンル別連想確率の矢印の数（イメージ要素連結度）を見ると、これが多い固有名詞のジャンルは、各鉄道沿線地域ともに共通していることがわかる。すなわち、鉄道そのものに対するイメージ要素連結度は最小の「阪神」の7から最大の「近鉄」の19まで各沿線の中では最も多く、しかも矢印の方向が圧倒的に鉄道側に向いており、各沿線ともにそれぞれ鉄道に関しては他の多くの固有名詞からの連想関

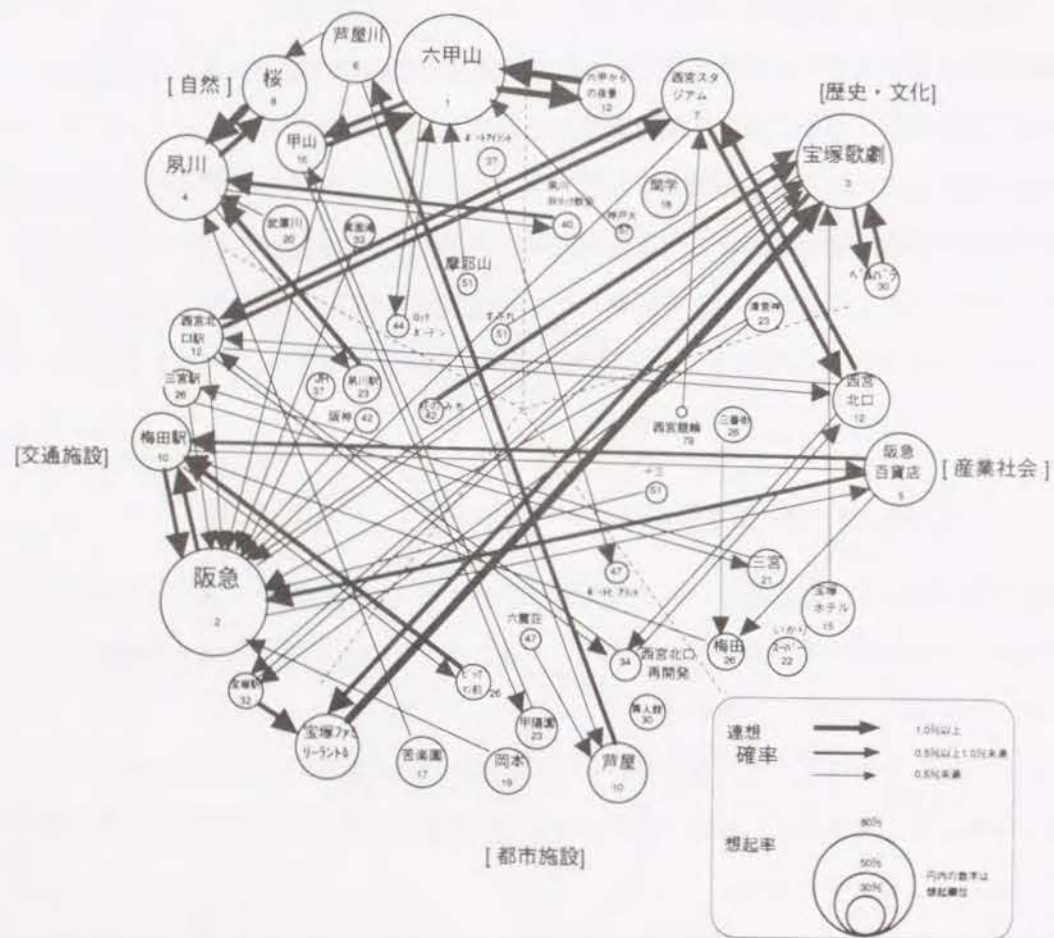


図5-2-11 阪急・固有名詞：ジャンルによるイメージマップ

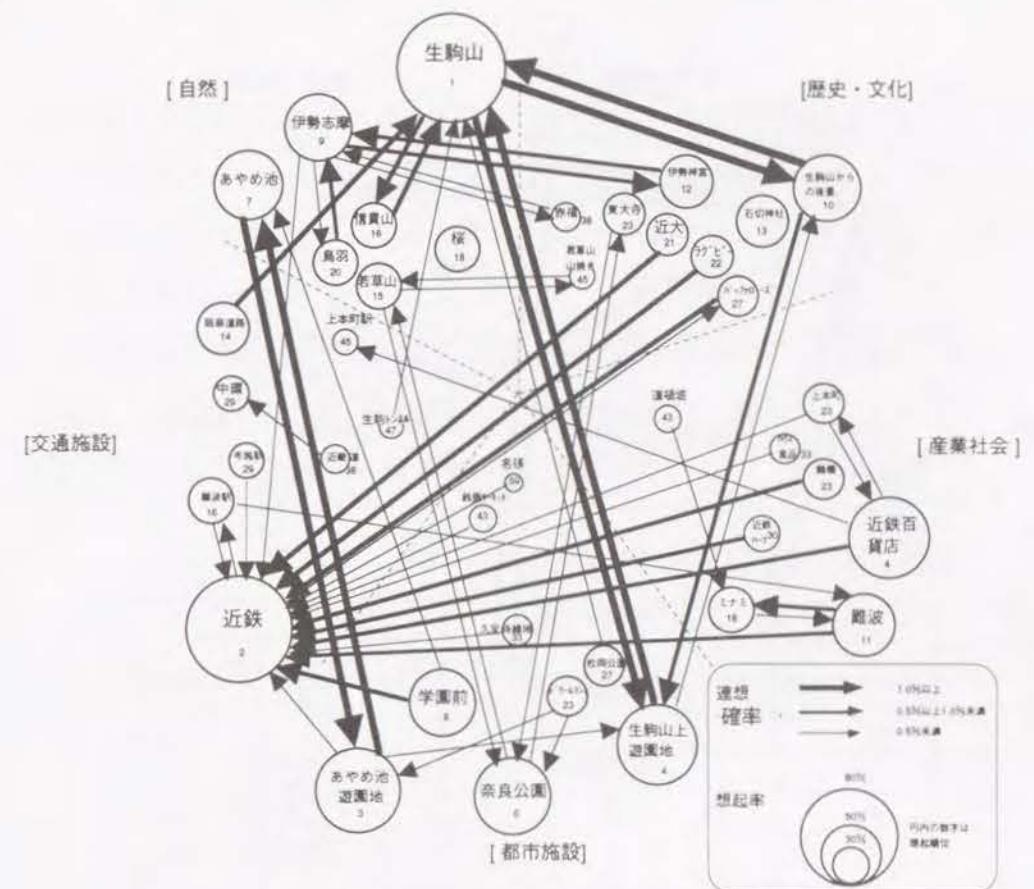


図5-2-12 近鉄・固有名詞：ジャンルによるイメージマップ

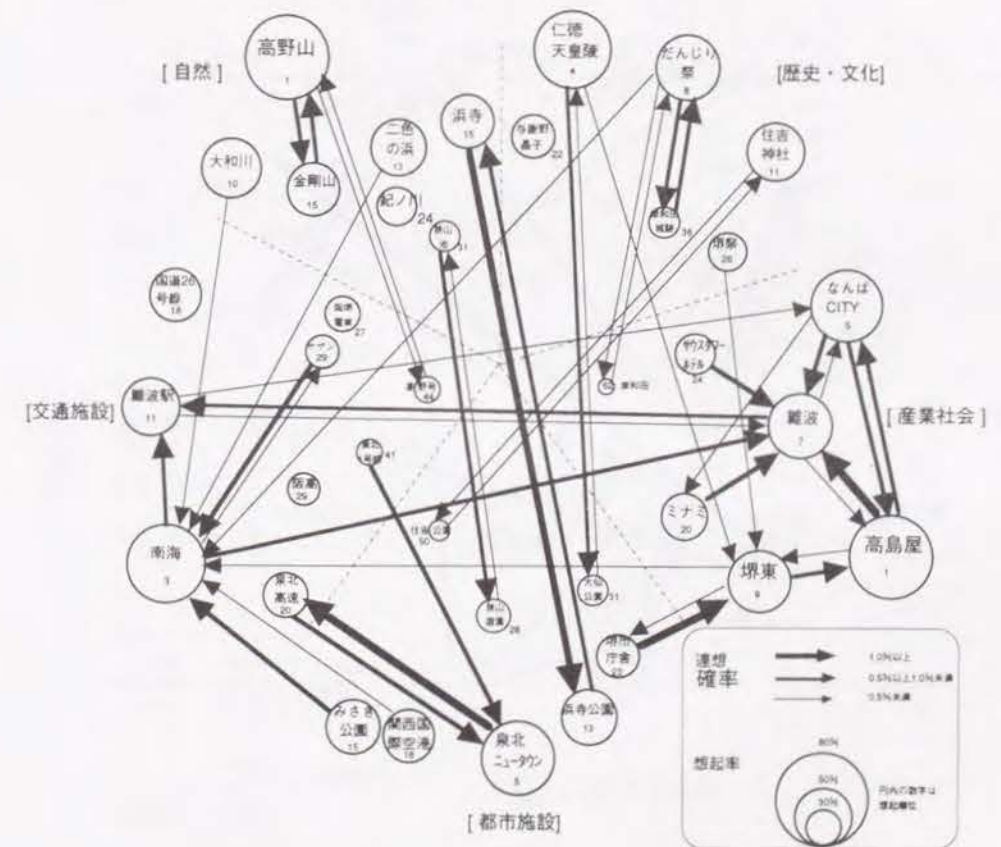


図5-2-13 南海・固有名詞：ジャンルによるイメージマップ

表5-2-4 連想確率の結びつきの数が多い固有名詞

		想起率 (%)	連想確率の数		
			出	入	計
阪急	宝塚歌劇	74.6	4	7	11
	西宮北口駅	44.3	4	3	7
近鉄	伊勢志摩	54.5	4	3	7
	奈良公園	64.3	2	3	5
南海	生駒山上遊園地	66.1	2	3	5
	難波	55.9	3	6	9
	岸和田だんじり祭	54.8	3	2	5
京阪	京橋駅	40.3	3	3	6
	枚方菊人形	83.9	2	3	5
阪神	国道43号	71.7	2	3	5
	甲子園球場	81.7	3	6	9
	夙川	53.3	1	3	4

計の欄はイメージ要素連結度に対応している

ただ固有名詞の場合も普通名詞と同様で、表5-2-3に示すもの以外でも、イメージ要素連結度の値の大きなものが存在する。その固有名詞を示したものが表5-2-4である。これには阪急の「宝塚歌劇」「西宮北口駅」、近鉄では「伊勢志摩」「奈良公園」「生駒山上遊園地」、南海では「難波」と「岸和田だんじり祭」、阪神では「国道43号」「甲子園球場」「夙川」などが挙げられている。これらの固有名詞の中には想起率とその沿線において上位のものではないものも含まれているが、イメージ要素連結度の値が大きいことから、多くの固有名詞を連想の関連性により結びつける機能を持ち、各鉄道の沿線地域イメージに関する連想の軸として大きな役割を發揮しているものであると考えられる。

図5-2-11～図5-2-15ではジャンルを座標として用いている。この場合、連想確率の矢印がジャンルの区分を横断するものが多く生じているために、イメージ要素連結度の値も直観的に把握しやすい。また、連想の軸となる固有名詞についての把握を行うこともできる。しかし連想のグループ（集塊）については、普通名詞の場合と比べると連想確率の矢印が錯綜することから、直観的には南海の「難波」を中心とする大阪の繁華街ミナミについてのグループや、京阪における「枚方パーク」を中心とするグループ、阪神の「甲子園球場」を中心とする連想のグループ以外について把握することが難しいように思われる。

5.3 コト・モノの分類によるイメージマップ

前節では調査時点で用いた5つのジャンルを座標にした意味的空間に各鉄道沿線の地域イメージに関連する普通名詞及び固有名詞を布置することにより、それぞれの間に存在する関連性を見たが、本節ではこれとは異なる意味的な空間として、前章の4-3において鉄道の沿線地域イメージの把握を行うために考えた想起率の分類整理の視点からイメージマップの作成を行うことにする。

すなわち4-3において用いた想起率分類の視点については、地域イメージを形成する要素として先ず大きく物的なくモノ>とソフトな事柄に関する<コト>の二つに分類を行った。さらにモノについてはK.リンチによる都市イメージを構成する要素⁸⁾である<パス>、<エッジ>、<ディストリクト>、<ノード>、<ランドマーク>の5分類、またコトは<活動>、<イベント>、<景色>、<ヒト>についての4分類を行っている。

ここでは、以上の分類の視点により普通名詞及び固有名詞を布置したイメージマップにより、これらの間に存在する連想関係と地域イメージとの関係について把握を行うものである。なお、コトに関しては、これに分類される普通名詞及び固有名詞の数がモノの各分類に該当する数ほど多くないことから、<活動>以下の4分類による布置ではなく、これらをひとつにまとめた<コト>に分類し、普通名詞・固有名詞の布置を行っている。具体的な布置については、前節と同様に想起率の小さな普通名詞及び固有名詞を中心に近く、大きなものを外側に置くことにした。

普通名詞に関する各鉄道沿線のイメージマップが図5-3-1、図5-3-3、図5-3-5であり、固有名詞についてのイメージマップが図5-3-2、図5-3-4、図5-3-6である。なお、本節についての検討対象鉄道沿線については5つの鉄道沿線の中でも、それぞれの個性が比較的是っきりしている阪急、近鉄、南海の3沿線とした。

図5-3-1は阪急についての普通名詞の連想確率のイメージマップである。これより、前節における考察と同様に普通名詞については「住宅地」を中心に「公園」、「学校」などの住宅地系、「スーパーマーケット」「商店」などの商業系、「鉄道」を中心に「駅」や「交通」などの交通系、「山」を中心とする自然系のなどの連想のグループが存在することがわかる。ただし、連想のグループについての直観的な把握は名詞群の分類に用いたジャンルによる布置にもとづくイメージマップの方が行いやすいように思われる。

また、普通名詞に関してパスとノードの間や、エッジとランドマークの間についての連想関係のようなモノとモノの間の連想の他に、「景観」と「夜景」のようなコトとコトの

間の連想関係だけでなく、「夜景」から「山」、「交通」から「鉄道」、「花」から「公園」などのようにコトからモノへの連想関係があることがわかる。

同様に近鉄・南海の普通名詞でも、前節と同様の普通名詞についての連想のグループの存在があることがわかるが、やはりコト・モノによるイメージマップよりもジャンル別のイメージマップの方が直観的に勝っているように思われる。ただし、ここでも物的な要素であるモノとモノの間や、ソフトな事柄に関するコトとコトとの間の連想関係だけでなく、両沿線共に祭と神社などコトとモノの間に関しても連想関係があることがわかる。

次に図5-3-2に示す阪急の固有名詞より、「阪急」-「阪急百貨店」-「梅田駅」-「宝塚歌劇」などの阪急電鉄関係の連想関係や、西宮に関する連想の他に、「夙川」、「六甲山」に関する連想関係も存在することがわかる。これらの連想のグループは、ジャンル別よりもコトとモノの分類からの方が比較的把握が行いやすいように思われる。また、ここでもモノとモノやコトとコト以外に「宝塚歌劇」と「阪急」、「桜」と「夙川」などコトとモノとの間にも連想関係があることがわかる。

また近鉄の固有名詞については図5-3-4に示すように連想確率の結びつきの矢印が「近鉄」に対して一極集中しており、それ以外については「生駒山」を中心とする連想のグループや「奈良公園」を中心とするグループ、「近鉄」の連想のグループの中でのサブグループとして「伊勢志摩」や「難波」に関するものがあることがわかる。また、ここでもコト・モノ間での連想の関係があることもわかる。

南海の固有名詞についても図5-3-6に示すように多くの連想確率の結びつきの矢印が「南海」に集まっているが、近鉄沿線の「近鉄」ほどには一極集中せず、この他にも「難波」や「堺東」を中心とする連想関係があることもわかる。南海の場合においても「岸和田だんじり祭」と「南海」のようなコト・モノ間の連想関係があることも、このイメージマップからわかることである。

このようにコト・モノの分類によるイメージマップについては、先ずモノとモノやコトとコトの間に連想関係があるだけでなく、コトとモノにわたって連想関係のあることが把握しやすいことに特徴があると考えられる。第4章において地域イメージについては物的なモノだけでなく、地域における活動や歴史性などの事柄に関するコトが関係していることを示したが、ここでも地域イメージに関してコトについての連想関係はコト相互だけでなく、モノとも関係があることが明らかにすることができた。したがって、地域イメージを考える場合にモノやコトだけでなく、コトとモノとの相互関係についても考慮することが必要であることがわかる。

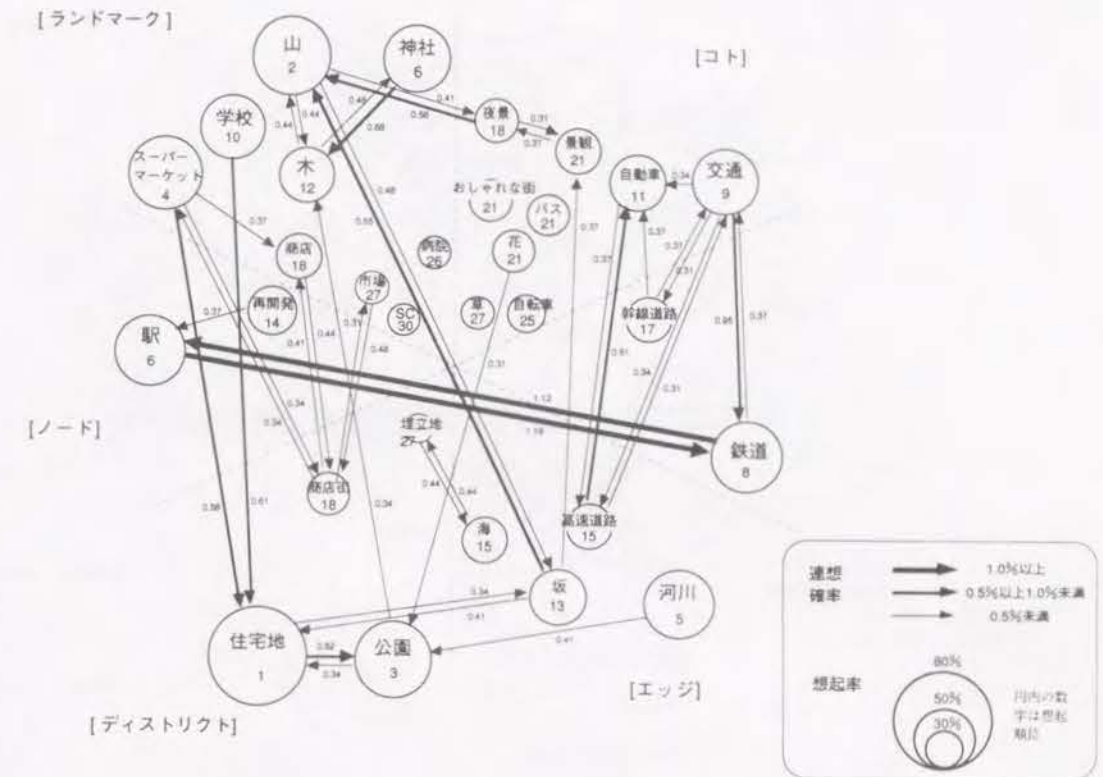


図5-3-1 阪急・普通名詞：コト・モノによるイメージマップ

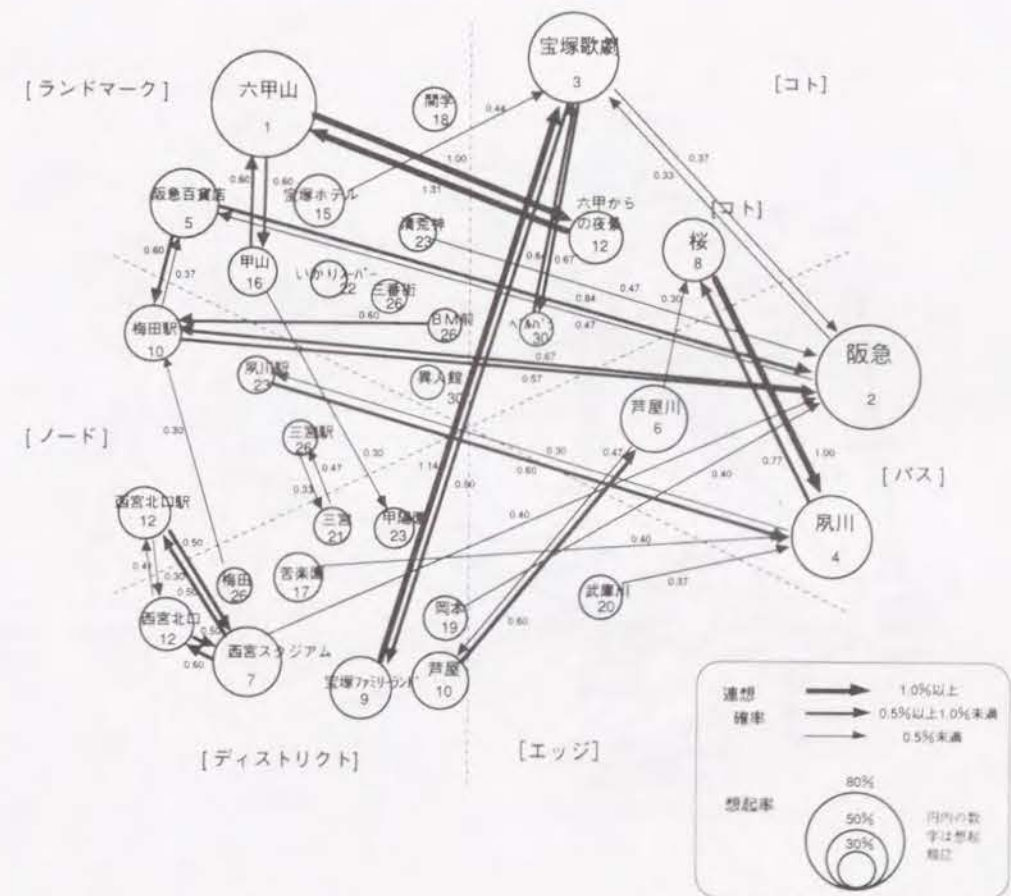


図5-3-2 阪急・固有名詞：コト・モノによるイメージマップ

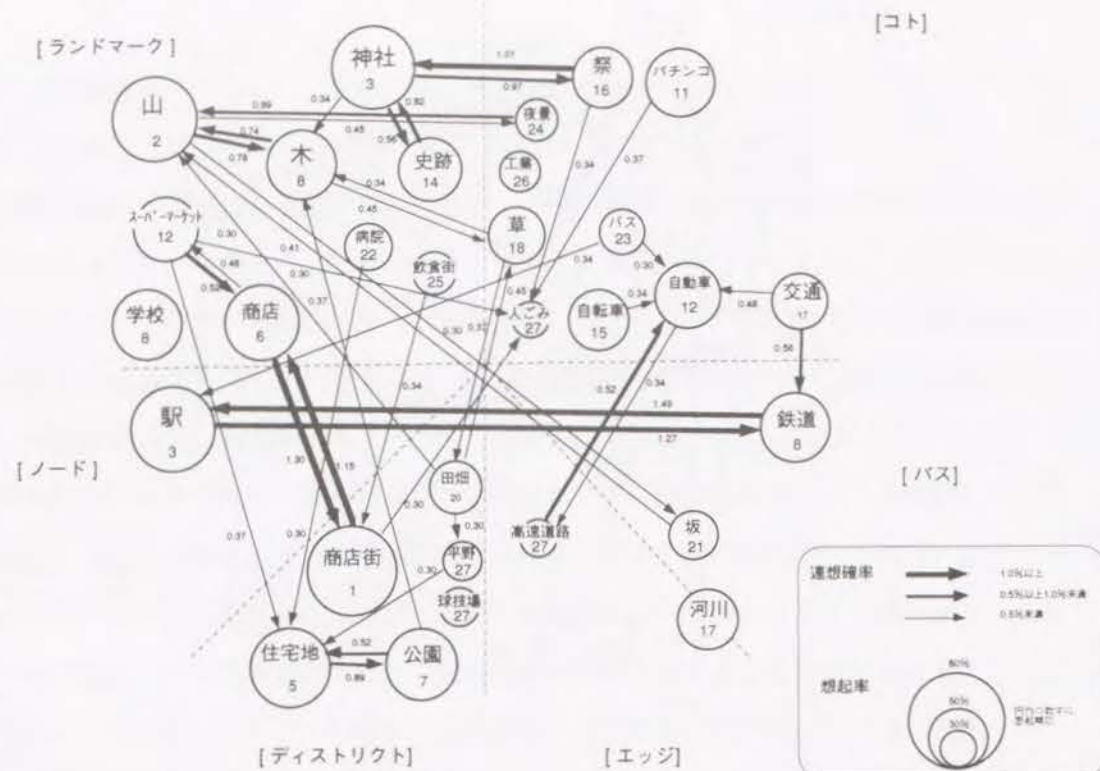


図5-3-3 近鉄・普通名詞：コト・モノによるイメージマップ

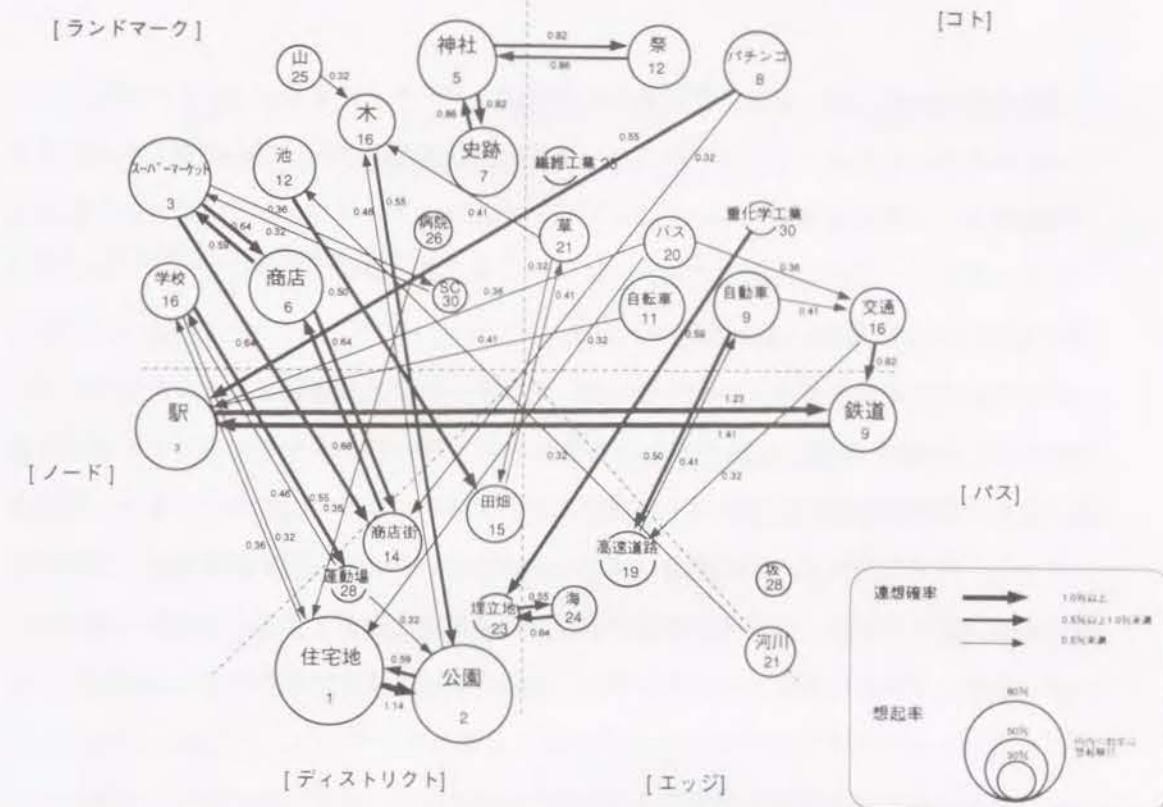


図5-3-5 南海・普通名詞：コト・モノによるイメージマップ

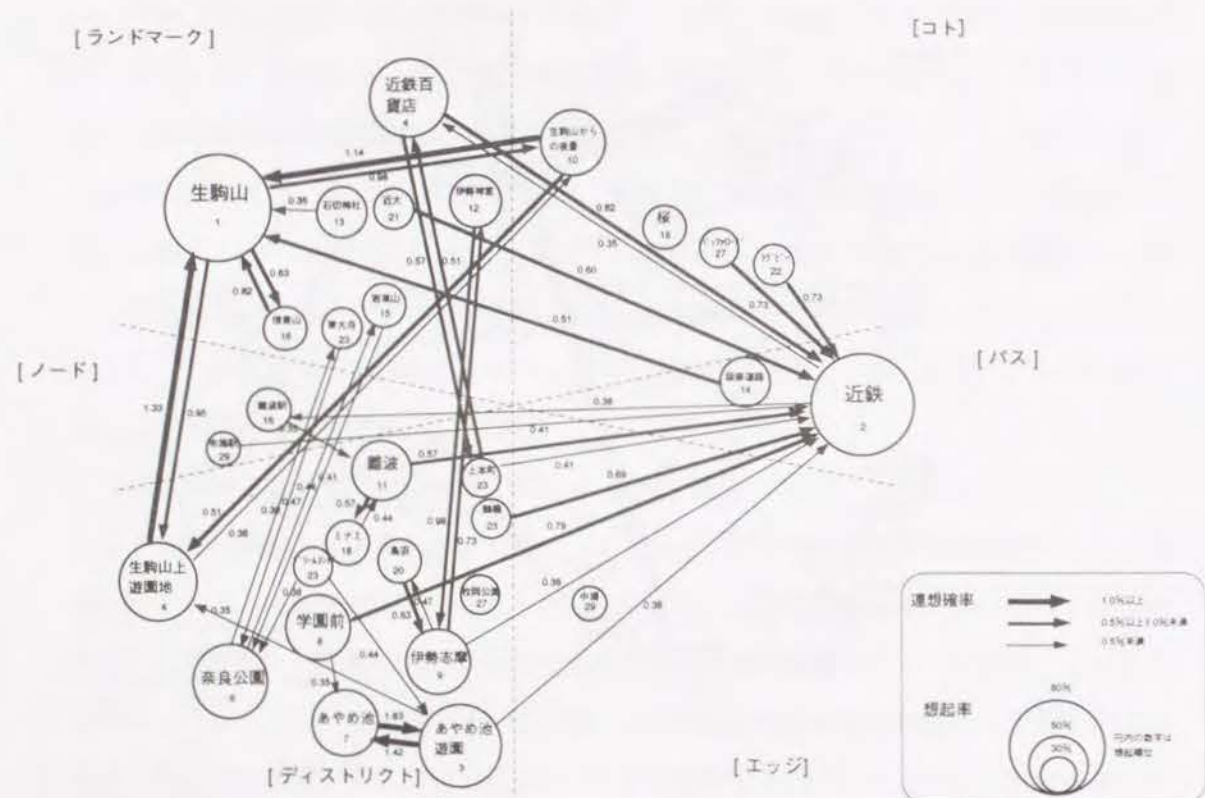


図5-3-4 近鉄・固有名詞：コト・モノによるイメージマップ

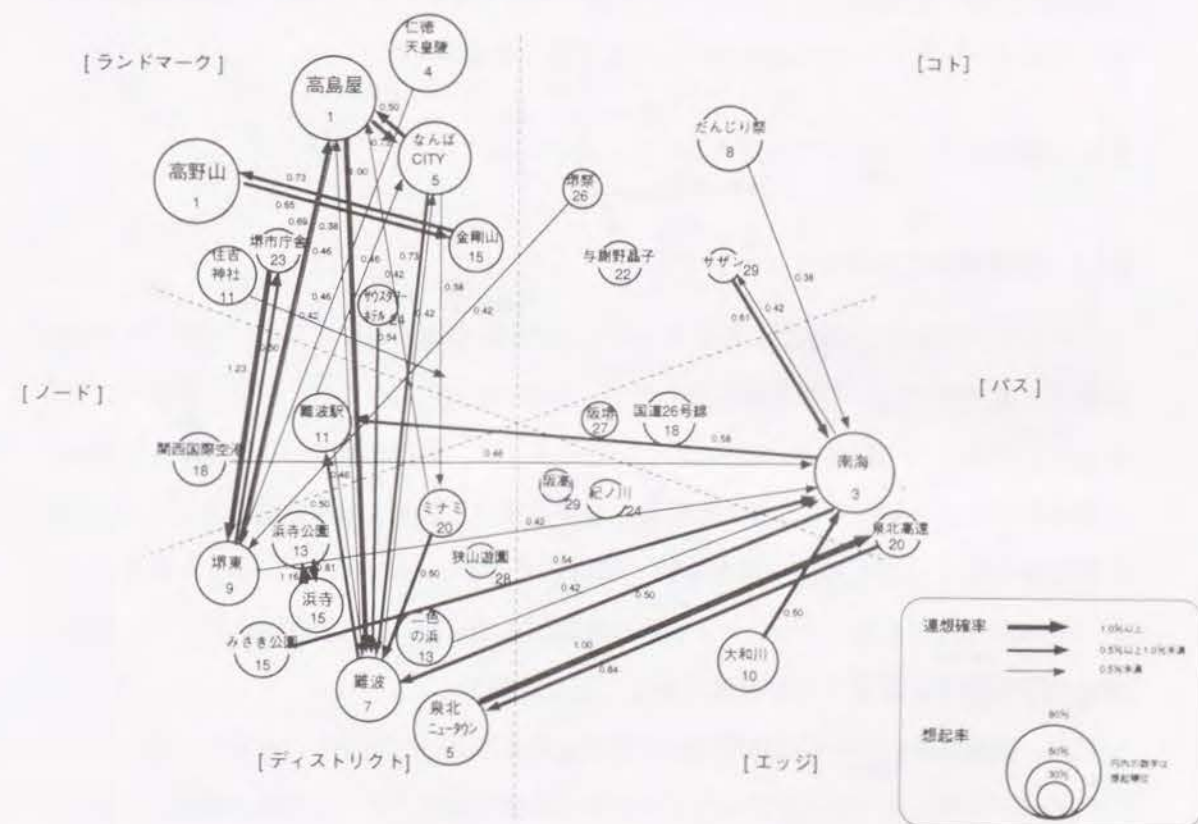


図5-3-6 南海・固有名詞：コト・モノによるイメージマップ

連想のグループに関しては、普通名詞の場合はコト・モノによるイメージマップよりもジャンルを用いたイメージマップの方が、直観的には連想のグループが把握しやすいように思われる。一方固有名詞については、ジャンル別のイメージマップではほとんど把握できなかった阪急・近鉄の連想のグループについても、このコト・モノによるイメージマップにより一定の把握を行うことができた。

以上のような知見を得ることが可能となったコト・モノの分類によるイメージマップについては、5-2の名詞群を分類するためのジャンルを用いたイメージマップと同様に、意味的な空間に普通名詞や固有名詞を布置することによって作成を行うものであり、指標としてコト・モノを用いるのか、あるいはジャンルを用いるのかの違いはあるが、基本的な考え方は共通している。しかし、普通名詞及び固有名詞を布置することによって得られるイメージマップからは異なった印象を受け、ここで述べたように把握できる連想関係についても異なったものを見いだすことができることがわかった。

したがって、いかなる連想関係に着目するのかによって、それにふさわしい分類指標を用いてイメージマップの作成を行うことが必要とされる。さらに、普通名詞間や固有名詞の関係把握する目的によっては、ここで述べたジャンルやコト・モノ以外の分類指標を用いてイメージマップの作成をすることも可能である。

5.4 地理的イメージマップ

5.4.1 固有名詞と地理的イメージマップ

これまでは意味的な分類によるイメージマップから普通名詞や固有名詞それぞれの間に存在する関連性についての考察を行ったが、本章の5-2でも述べたように、地域イメージ研究におけるイメージマップの作成についての多くは、地物を地理的な位置にもとづいて布置を行うものである。これまで本研究では普通名詞と固有名詞を鉄道沿線ごとに対比的に考察を行っていたために、両者を同じ図の上で見ることのできるジャンルあるいはコト・モノの分類によるイメージマップの作成を行っていた。これは普通名詞について、その地理的位置を定めることが困難であることにも関係している。

ただ、固有名詞については地理的な位置を定めることが可能なものも多く、むしろこうした方法で作成したイメージマップにより鉄道沿線の地域イメージの及ぶ範囲、すなわち「鉄道沿線」と言う場合にどこまでを共通した地域イメージで語ることがふさわしいのかについても明らかにすることができるものと考えられる。

以上のような考え方をもとにして、固有名詞が存在している地理的な位置に基づいてイメージマップを作成した。この結果を図5-4-1～図5-4-5に示す。

5.4.2 阪急沿線の地理的イメージマップ

図5-4-1の阪急についてのイメージマップからは、想起率の高い「六甲山」「阪急」「宝塚歌劇」「夙川」を中心とした連想のグループが存在することがわかる。最も大きな連想のグループが「阪急」を中心とするもので、これには「阪急百貨店」「梅田」などの梅田のターミナル周辺に関連するグループや「西宮北口駅」「阪急西宮スタジアム」など西宮北口周辺に関連する連想のグループが含まれていることがわかる。

「宝塚歌劇」を中心とする連想グループには、「宝塚ファミリーランド」や「宝塚ホテル」だけでなく、「宝塚駅」から宝塚大劇場へのアクセス道路にあたる「花のみち」なども含まれている。

「六甲山」及び「夙川」を中心とする自然に関連する連想のグループには、それぞれ「甲陽園」や「苦楽園」など地理的に近接した良好な住宅地が含まれている。こうした自

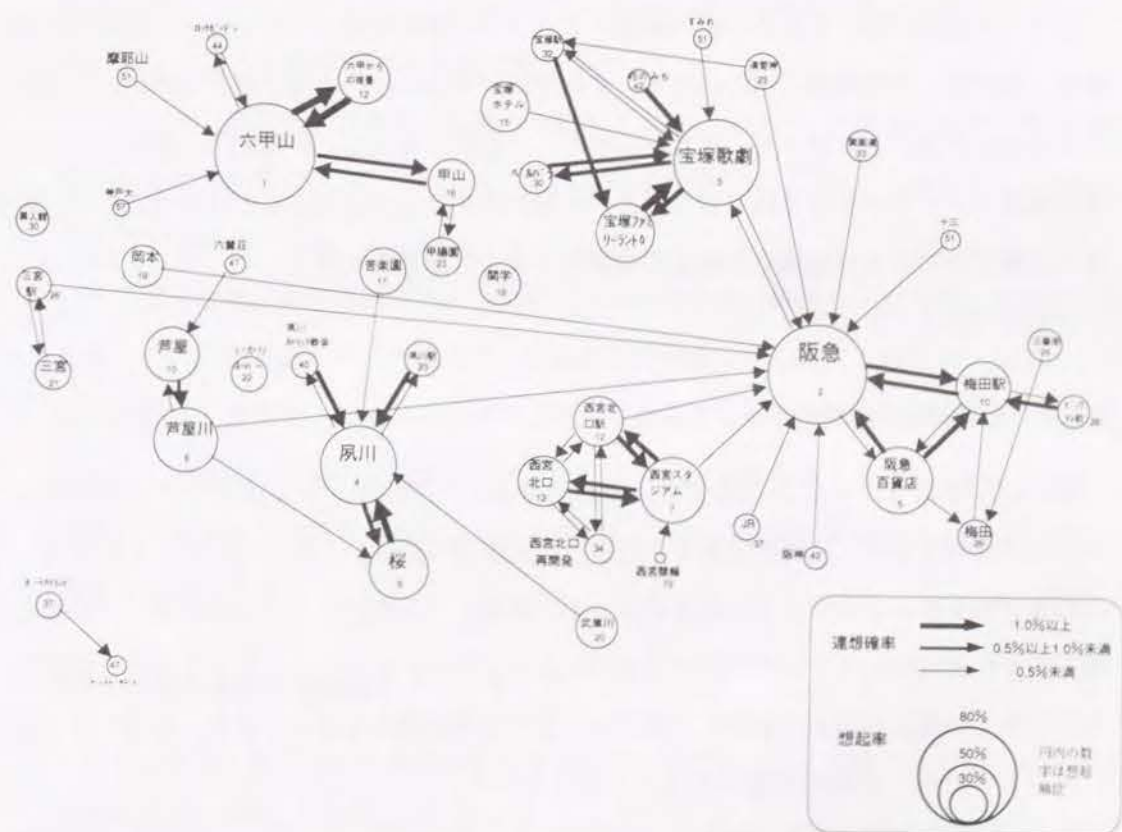


図5-4-1 阪急・固有名詞：地理的イメージマップ

集中しているが、それ以外にも幾つかの連想のグループが存在している。それは想起率の高い「高島屋」や「堺東」、「岸和田だんじり祭」などの固有名詞を中心とする連想のグループであるが、これらはさらに「南海」に関する連想のグループを構成している。

この他にも「南海」を中心とする連想のグループとは別に、「高野山」や「泉北ニュータウン」「住吉神社」「浜寺公園」などを中心とする規模の小さな連想のグループも存在している。

こうした連想のグループは「南海」を中心としたもの以外は、「難波」「高島屋」を中心とする大阪のミナミ周辺に関する連想のグループや、「堺東」「仁徳天皇陵」の堺周辺のグループ、「泉北ニュータウン」関連のグループなどのように比較的地理的な位置が近接したものが多い。したがって、ここで示すような地理的イメージマップによると、南海沿線の地域イメージに関する固有名詞間の連想のグループの存在が把握しやすくなる。

以上より、南海沿線の地域イメージは「南海」を中心に、大阪市内南部の繁華街ミナミ周辺、それに堺市における「泉北ニュータウン」、「堺東」、「浜寺」などを中心とする

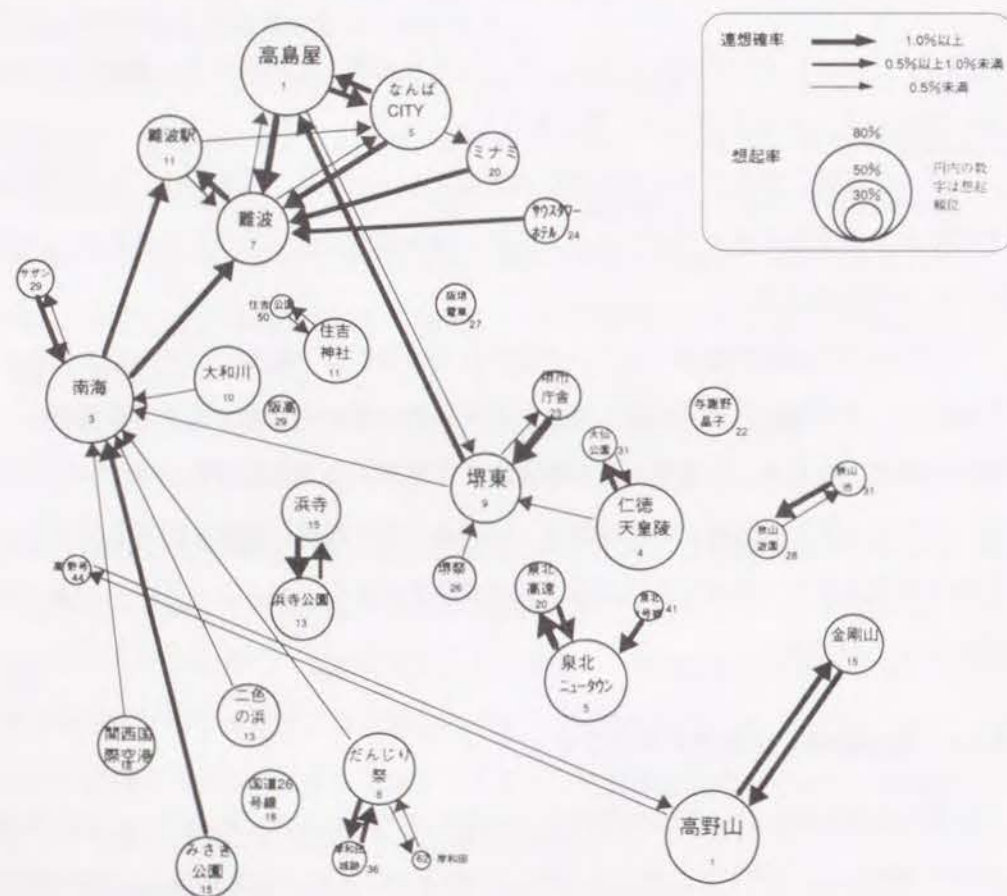


図5-4-3 南海・固有名詞：地理的イメージマップ

連想のグループから形成されていることが明らかになった。

大阪市のミナミ周辺の連想のグループについては、想起率が72.0%の「高島屋」のイメージ要素連結度が6であるのに対して、「難波」は想起率が55.9%であるにもかかわらずイメージ要素連結度は9であり、イメージの連結性連から見た地域イメージの構成要素として、「難波」の方が「高島屋」よりも大きな役割を果たしていると考えられる。

以上のような地域イメージから見た南海沿線の地理的な広がりに関しては、ミナミ周辺を中心とする大阪市から、調査対象である堺市、岸和田市、高野山など南海本線、南海高野線の沿線を含んでいることがわかる。ただ、堺市を中心とする調査対象者にとっては、南海本線の終端にあたる和歌山までは沿線地域としてイメージが到達していない点に阪急や近鉄との違いがある。

5.4.5 京阪沿線の地理的イメージマップ

京阪沿線の地域イメージに関する地理的イメージマップは図5-4-4に示すとおりである

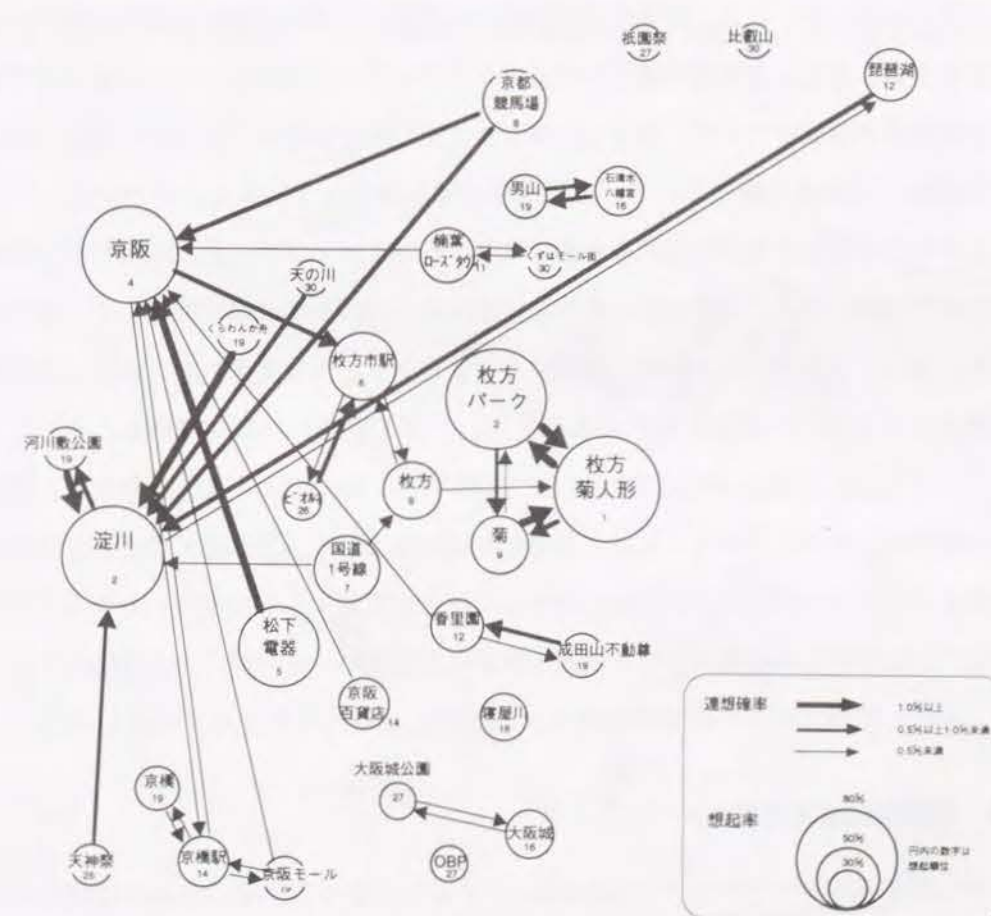


図5-4-4 京阪・固有名詞：地理的イメージマップ

が、他の沿線と同様に想起率が高い固有名詞を中心に連想のグループが形成されている。ここにはイメージ要素連結度が9の「京阪」を中心とする連想のグループと、同じくイメージ要素連結度が9の「淀川」を中心とするものと、大きく二つの連想のグループが存在することがわかる。

「京阪」を中心とする連想のグループの中には、「枚方パーク」や「枚方菊人形」などの連想のグループが存在し、これが「枚方」を介して「京阪」につながっている。同様に、「京橋駅」や「香里園」についての連想の小規模なグループも存在するが、これらもまた「京阪」につながっている。

一方の「淀川」については河川の上流にある「琵琶湖」、京都市伏見区の「京都競馬場」、枚方市にある淀川の「河川敷公園」や歴史性に関する「くらわんか舟」、下流における「天神祭」など、流域に沿った固有名詞と関連するが、「京阪」のように連想の小グループの存在は見られない。京阪以外の他の鉄道沿線では「六甲山」や「生駒山」、「高野山」などランドマーク的な山を中心とする連想のグループが存在するが、京阪の場合は沿線を切り口に見た場合にランドマークとなるような山がなく、河川としての淀川がその役割を果たしている。ここでも他の鉄道沿線の山の持つ連想の広がりを淀川が担っていることがわかる。また、各鉄道沿線におけるランドマーク的な山を中心とした連想のグループは直接鉄道とは結びつかず、独立したグループを形成する特徴があるが、京阪における淀川も直接には鉄道と結びつかず、山と同様の傾向を持っていることがわかる。

以上のような固有名詞の地理的な布置により、地域イメージから見た京阪の持つ沿線地域の広がりについては、先ず京阪と並行して流れる「淀川」の流域が関係していることがわかる。次に、「枚方パーク」や「楠葉ローズタウン」、「香里園」など調査対象都市である枚方市を中心に、大阪方面にある寝屋川、「松下電器」のある門真市、そして「京橋」や「大阪城」のある大阪市東部、また京都方面については「男山」のある八幡市、「京都競馬場」のある京都市、さらに京阪京津線で結ばれる「琵琶湖」などが京阪の沿線というようにイメージされているが、主として枚方に関連するものが中心となっている。この点で大阪市内にあるターミナル周辺の繁華街が沿線のイメージに大きく関係していた阪急・近鉄・南海と京阪の沿線の地域イメージの広がり方は異なっているといえる。

5.4.6 阪神沿線の地理的イメージマップ

阪神に関するイメージマップは図5-4-5に示すようになっている。阪急とは同じ阪神間に敷設されていることから、調査に用いた固有名詞もほぼ似たものとなったが、連想確率

の結果を地理的に布置すると、阪急とはかなり異なった結果となった。

イメージマップから阪神も他の鉄道沿線と同様に、想起率の高い「阪神」、「甲子園球場」、「国道43号」、「六甲山」、「武庫川」を中心とする連想のグループのあることがわかる。

「阪神」と「甲子園球場」は相互にイメージが連結し合う関係にあるが、想起率から見れば「阪神」は93.3%、「甲子園球場」は81.7%であり、一方イメージ要素連結度については「阪神」が6、「甲子園球場」が9と数の上では逆転している。もっとも、「阪神」と連想関係にある固有名詞は「阪急」や「阪神百貨店」など多岐にわたるのに対して、「甲子園球場」の場合は、「甲子園阪神パーク」や「阪神タイガース」など「甲子園球場」に地理的に近接した固有名詞と相互の連想となり、その関連性の広がりには限定的であることがわかる。したがって「甲子園球場」を中心とする連想のグループは、広域的には「阪神」を中心とする連想のグループの中に含まれるものであると考えられる。

さらに「阪神」を中心とするグループには「西宮神社」を中心とする連想のグループも含まれているが、これは阪神の路線が西宮市の旧集落部分に敷設されていることから、西宮市の伝統的な地場産業である酒造業（「西宮宮水」、「灘の生一本」）と関連したもの

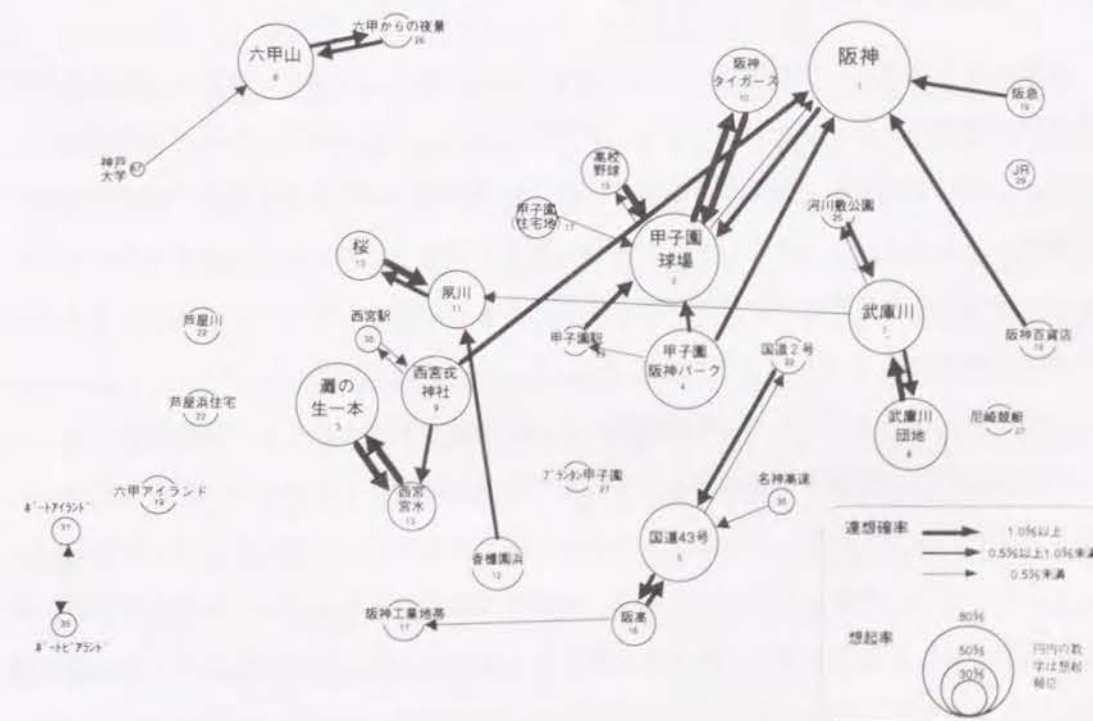


図5-4-5 阪神・固有名詞：地理的イメージマップ

になったと考えられる。

このような「阪神」を中心とする連想のグループとは別に、他の鉄道沿線と同様にランドマーク的な山についての連想のグループとして「六甲山」を中心としたものがあるが、阪急ほどには山を中心とした連想関係が地理的に広がっていない。それより、阪神の場合は川である「武庫川」を中心とした連想のグループは、住宅地としての「武庫川団地」や、「夙川」、「香櫨園浜」などに広がり、阪神間の中でも阪急の山側に対して海側に位置する阪神は川や海に関する連想の広がりがあることがわかる。

この点では特に「国道43号」を中心に、「阪神高速道路」や「国道2号」「阪神工業地帯」などの連想のグループが形成されており、阪神間の臨海部分を代表する工場群と、それらを結ぶ幹線道路群との連想の結びつきも阪神沿線の地域イメージの特徴である。

こうした地域イメージから見た阪神沿線の地理的な広がりを見ると、調査対象都市である西宮市が中心となっており、「芦屋川」については芦屋市、「六甲アイランド」などの神戸市、「尼崎競艇」の尼崎市など阪神間の海側にも地域のイメージは広がっているが、基本的には西宮市の臨海部分が中心となっていることがわかる。この点では、大阪の梅田や宝塚、神戸にまで広がっている阪急の沿線とは異なり、阪神沿線の地域イメージがカバーする範囲は比較的狭くなっている。

5.4.7 地理的イメージマップのまとめ

固有名詞を地理的な位置関係にもとづいて、布置することにより、各沿線における固有名詞間の連想のグループがわかりやすく表現されることになった。これは、各鉄道沿線に共通した傾向であるが、例えば「南海」の場合の連想関係にある固有名詞の地理的位置が「難波」「高島屋」「ミナミ」などのように相互に近接しているものが多くあるというように、連想関係と地理的な位置の近接が見られるものが多く、そのために図としてもわかりやすく表現できることによるためである。

このイメージマップにより、行政境界のような明確な境界を持たない鉄道沿線地域に対して被験者がどの範囲を沿線地域として捉えているのかというイメージ上の沿線地域の広がりに関する概念の把握を行うこともできた。例えば近鉄の「伊勢志摩」や「伊勢神宮」は三重県にあり、厳密に言うと近鉄鳥羽・志摩線の沿線であるように、調査対象都市の東大阪市からも、近鉄奈良線からも大きく離れている。しかし、近鉄沿線における有数の観光地として日常的に駅や車両内においてポスターなどで目にする機会も多く近鉄奈良線の沿線地域のイメージにも関係があるものと考えられ、「伊勢志摩」「伊勢神宮」もイメー

ジ上の沿線地域に含まれている。このようにイメージ上の沿線地域が比較的広いのは、ここで述べた近鉄と阪急であり、狭いものが京阪と阪神である。南海はこれらの中間の位置にある。

こうしたイメージ上の沿線地域の広がりについては第2章で見たように鉄道の形成史や経営理念とも関係するように思われる。近鉄のイメージ上の沿線地域が広いのはJRを除くと我が国の私鉄でも最も路線延長が長く、先に述べたように「伊勢志摩」などの観光開発についても積極的に展開されていることと関係するように考えられる。また、阪急については特急で大阪ー三宮間を高速輸送で行うことを方針としていたことが、阪神間だけでなく広く大阪や神戸にわたるイメージ上の沿線地域の広がりに関係するように思われる。

一方、京阪と阪神については両端の大都市を結ぶとともに、沿線に対してフリークエントサービスを行っており、主に地域内移動の交通手段に重きをおいた運営を行っていることと関係しているように思われる。また南海では、大阪からの終端にあたる和歌山が、他の鉄道の終端（ここでは、神戸市、京都市、奈良市）ほどの大都市や観光地ではなく、このために沿線の途中までのイメージの広がりとなっているものと考えられる。

また同じ阪神間に敷設されている阪急と阪神については、それぞれの路線の位置に従って阪急が阪神間の山側、阪神が海側を沿線地域としているように考えられている。このため、阪急については「六甲山」を中心とした山の連想のグループ、阪神は「武庫川」「武庫川団地」「夙川」など川・海の連想のグループが見出だされる。

各鉄道沿線に共通する連想構造として、想起率の大きな固有名詞を中心に連想のグループが形成されているが、この中では鉄道を中心とするグループやランドマークとしての山や河川といった自然に関連するグループがあることがわかった。鉄道を中心とする連想のグループの中では阪急の「宝塚歌劇」や京阪の「枚方菊人形」、阪神の「甲子園球場」など鉄道と関連の深いイベントがサブグループを形成しており、これらのイベントが鉄道沿線の地域イメージ形成に大きな役割を果たしていることがわかる。

一方、山や河川といった固有名詞を中心とする連想のグループも各鉄道沿線の地域イメージの中では大きな位置を占めているが、これらと鉄道を中心とする連想のグループとは直接的な連想関係が見られない。これは、自然系の固有名詞は鉄道沿線という地域の切り口でなくても、広く地域を代表するシンボリックな地物として存在しており、独自の連想関係もあるために、直接鉄道との連想としてイメージ上で結び付かなかったものと考えられる。

5.5 特定の構成地物に着目した場合の連想構造

5.5.1 特定の普通名詞に着目した場合の連想構造

これまでの鉄道沿線地域全体に関する連想構造の分析に関して述べてきたがそれだけではなく、特定の構成地物（普通名詞及び固有名詞）に関連した連想確率を求めることによって、地域イメージの構成要素である個別の名詞に関する連想構造を詳細に把握することができる。

ここでは、普通名詞の「木」と「公園」に着目し、それを中心とした連想構造をみる。「木」や「公園」は既にイメージの連結性の大きなことが既に本章において見いだされている。すなわち阪急・近鉄・南海・阪神の各沿線では普通名詞に関して自然関連の連想のグループに含まれる「木」と、住宅地関連のグループの「公園」とが連結性を持つことにより、この両グループを結びつけ、全体として連想関係の広がりを大きくする機能を果たしていることが図5-2-10からも明かになっている。

こうした連想の拡張性の高い普通名詞の「木」と「公園」に着目して各鉄道におけるイメージ要素連結度を表5-5-1に示す。ここで「木」に関してイメージ要素連結度が7と5と大きな近鉄と阪急、「公園」では同じく7の阪急と南海について、その連想構造を見ることにする。

近鉄と阪急の普通名詞「木」に関してジャンル別の分類にもとづいてイメージマップを作成したものが図5-5-1である。これより両沿線共に「木」に関する連想の構造は主に「山」や「草」「花」、あるいは「神社」などの歴史的な環境で育成される自然における緑と、「住宅地」「公園」などのように街の緑に関するものとの二つの連想のグループからできていることがわかる。このように「木」に関しての連想は、自然の木と街の木の二つの面があることがわかり、このことが「木」の連想の拡張性を高くしているように考えられる。

次に図5-5-2は阪急と南海に関する普通名詞の「公園」を中心とした連想構造を示した

表5-5-1 普通名詞「木」・「公園」のイメージ要素連結度

	阪急	近鉄	南海	京阪	阪神
木	5	7	4	1	3
公園	7	4	7	4	4

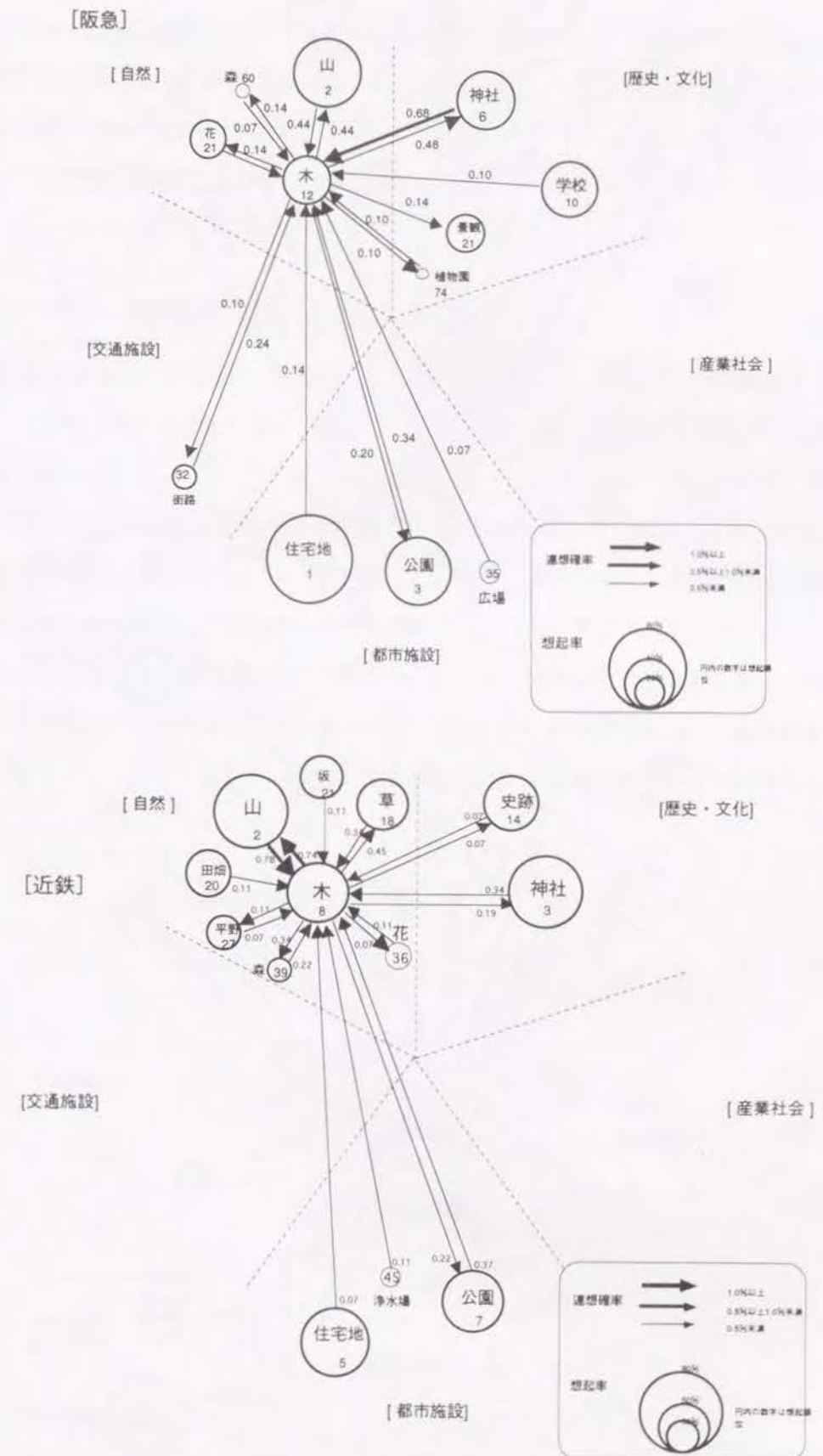


図5-5-1 阪急と近鉄の普通名詞・「木」を中心とする連想構造

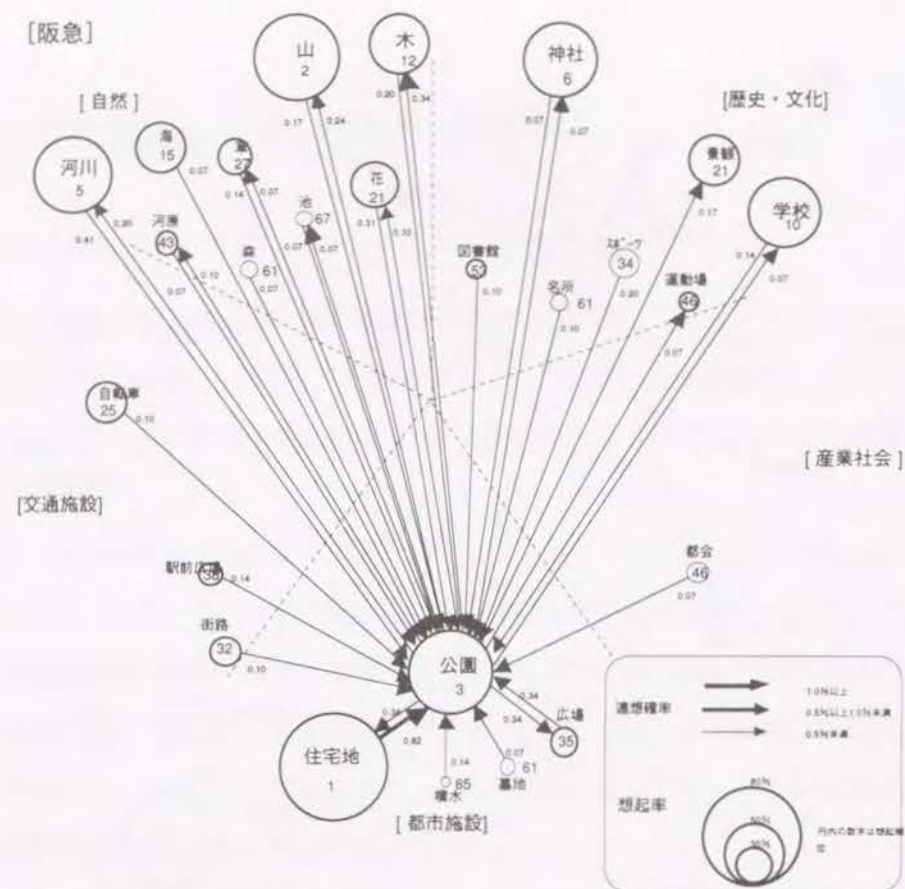
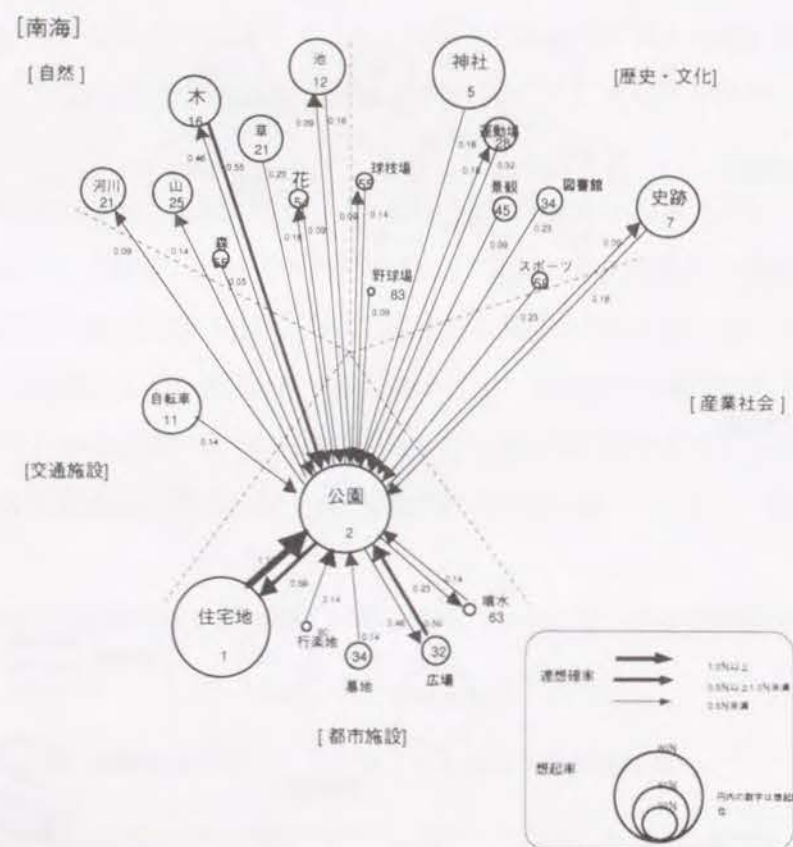


図5-5-2 阪急と南海の普通名詞「公園」を中心とする連想構造



ものである。「公園」についても両沿線共に「住宅地」や「広場」などの都市施設、「木」や「花」などの自然に関するもの、「運動場」・「学校」「神社」など歴史・文化に関するものなどについて幅広くイメージの連結性のあることがわかる。このような「公園」の連想関係の幅広さにより、多くの普通名詞と結びつきができ連想の拡張性が大きくなっているのである。

5.5.2 特定の固有名詞に着目した場合の連想構造

普通名詞の場合と同様に、特定の固有名詞を対象として、その連想確率に関するイメージマップを作成することにより、着目した固有名詞に関する個別の連想構造を見ることが可能となる。

例えば図5-5-3は阪急沿線の固有名詞である「宝塚歌劇」に注目し、これを中心とする連想確率を示したものである。「宝塚歌劇」は表5-2-4においてイメージ要素連結度の値が大きな固有名詞として示したものであり、そのイメージ要素連結度は11となっている。なお、ここでは意味的な関連性の把握を行うために、5-3で行ったコト・モノの分類を用いて固有名詞の連想関係を示すイメージマップとした。これによると、「宝塚歌劇」から「宝塚ファミリーランド」や「阪急」のようなモノや、宝塚歌劇のヒット作である「ベル

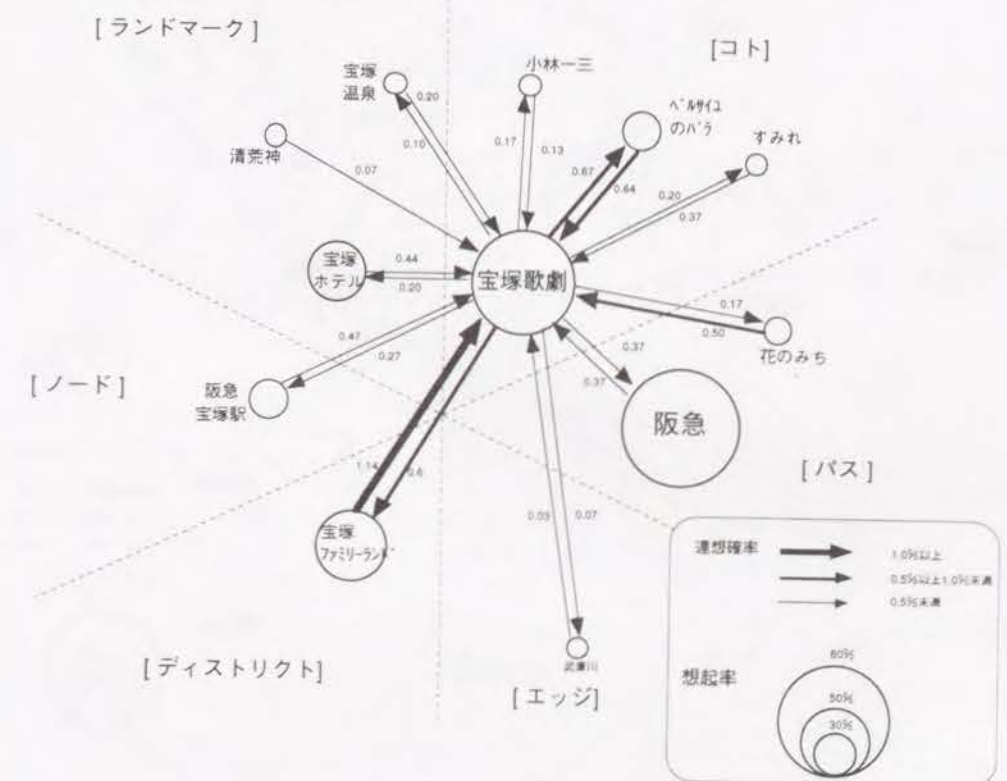


図5-5-3 阪急：固有名詞・宝塚歌劇を中心とした連想構造

サイユのばら」あるいは宝塚のシンボルである「すみれ」等のコトも連想されている。また、逆にこれらのモノやコトから「宝塚歌劇」に対する連想も存在している。

さらに、「宝塚歌劇」と関連性がある交通施設である「花のみち」（阪急宝塚駅から宝塚大劇場へのアプローチ道路）についても、同様にして作成したイメージマップを図5-5-4に示す。これによると「花のみち」は「宝塚歌劇」からの連想だけでなく、図5-5-3で示した「ベルサイユのばら」など「宝塚歌劇」から連想される複数の固有名詞からも連想されている。したがって、阪急の地域イメージに大きく関わる「宝塚歌劇」に対して「花のみち」は直接的な連想だけでなく、間接的にも連想関係にあることがわかる。したがって、阪急沿線の地域イメージあるいは、宝塚に関する地域イメージを考える場合に交通施設として都市計画上取り扱うことが可能な「花のみち」は、操作可能性をもつ重要な計画要素となり得ることが理解される。

また、阪急の固有名詞の「桜」は、連想の拡張性が高い普通名詞の「木」と同様に「夙川」や「武庫川」を結びつける機能を果たしていることを既に明らかにしているが、ここで「桜」に着目して、そのイメージの連結性を見たものが図5-5-5である。これからも、

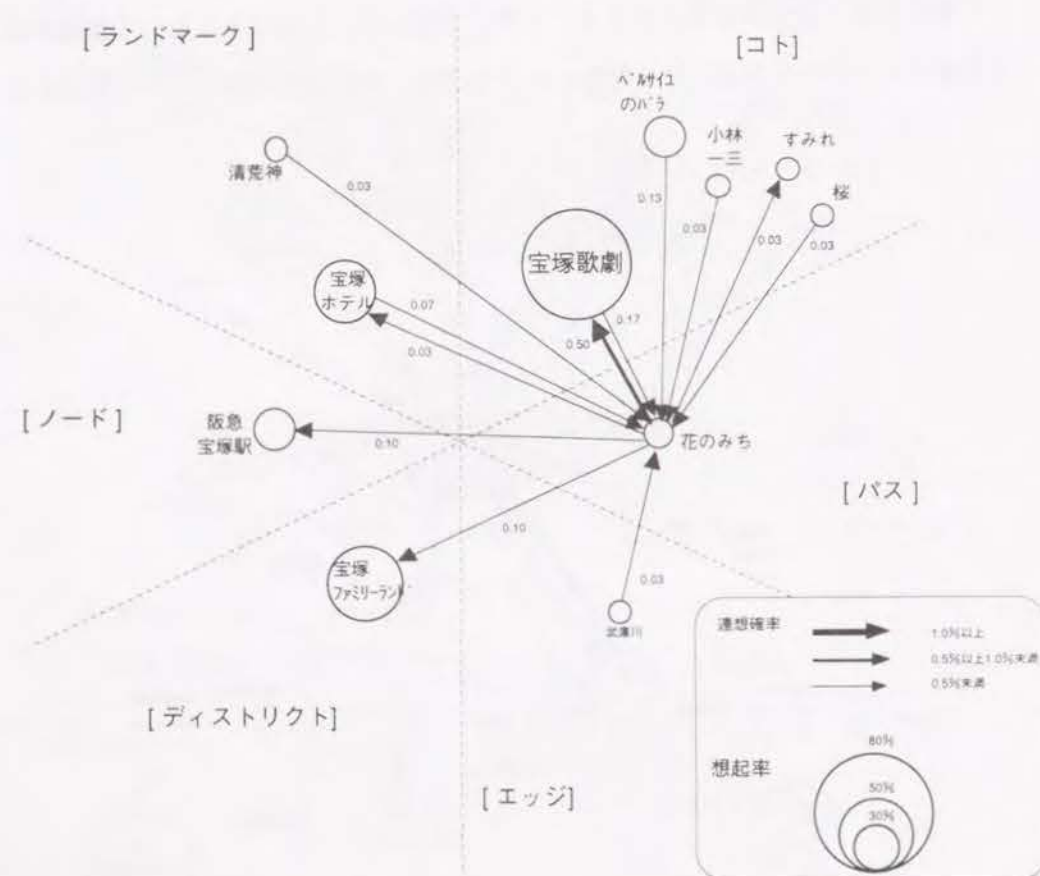


図5-5-4 阪急：固有名詞・花のみちを中心とした連想構造

「六甲山」や「夙川」などの自然に関するものと「苦楽園」などの住宅地に関するものに連想は広がっていることがわかる。また「桜」との連結性の大きなものに「夙川」がある。夙川沿いは阪神間における桜の名所として知られているために、このような結果が得たものであると考えられる。

この「夙川」に関してイメージの連結性をみたものが図5-5-6である。これを見ると「夙川」は、「桜」との連想以外にもその源流にあたる「甲山」や、夙川と同様に阪神間を代表する河川である「芦屋川」「武庫川」との連想もある。このような自然系のもの以外にも「苦楽園」「甲陽園」など夙川付近の住宅地などが連想されている。

これは「夙川」という名称が単に河川の名前であるだけにとどまらず、河川上流付近の高級住宅地を中心とする地域の総称や、阪急夙川駅周辺のお屋敷町にも夙川という名前が用いられていることと関係しているように考えられる。このように、河川などで元来地物の名称であったものがエリアを表現する名称として使われる場合についても、その連想構

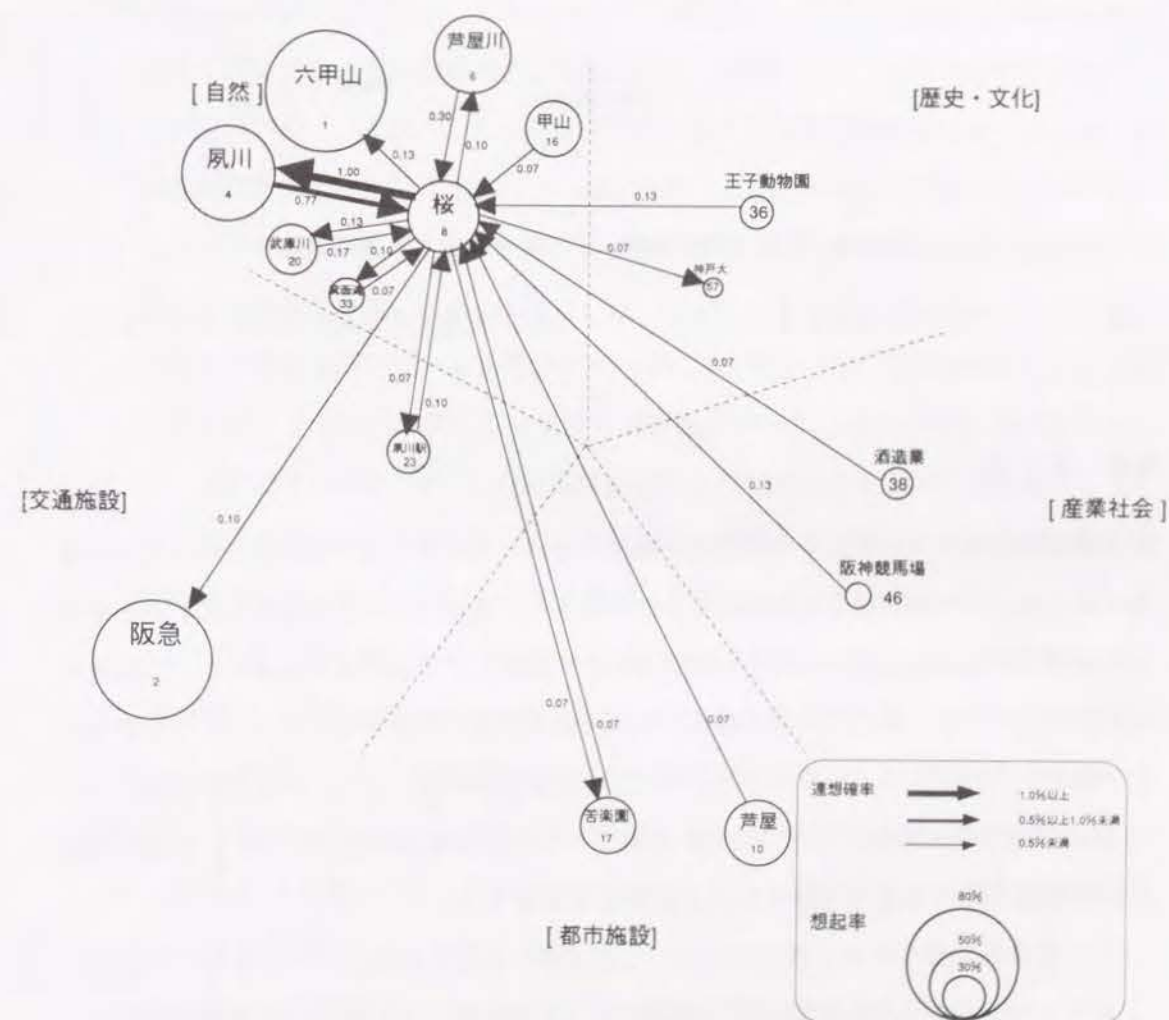


図5-5-5 阪急：固有名詞・桜を中心とする連想構造

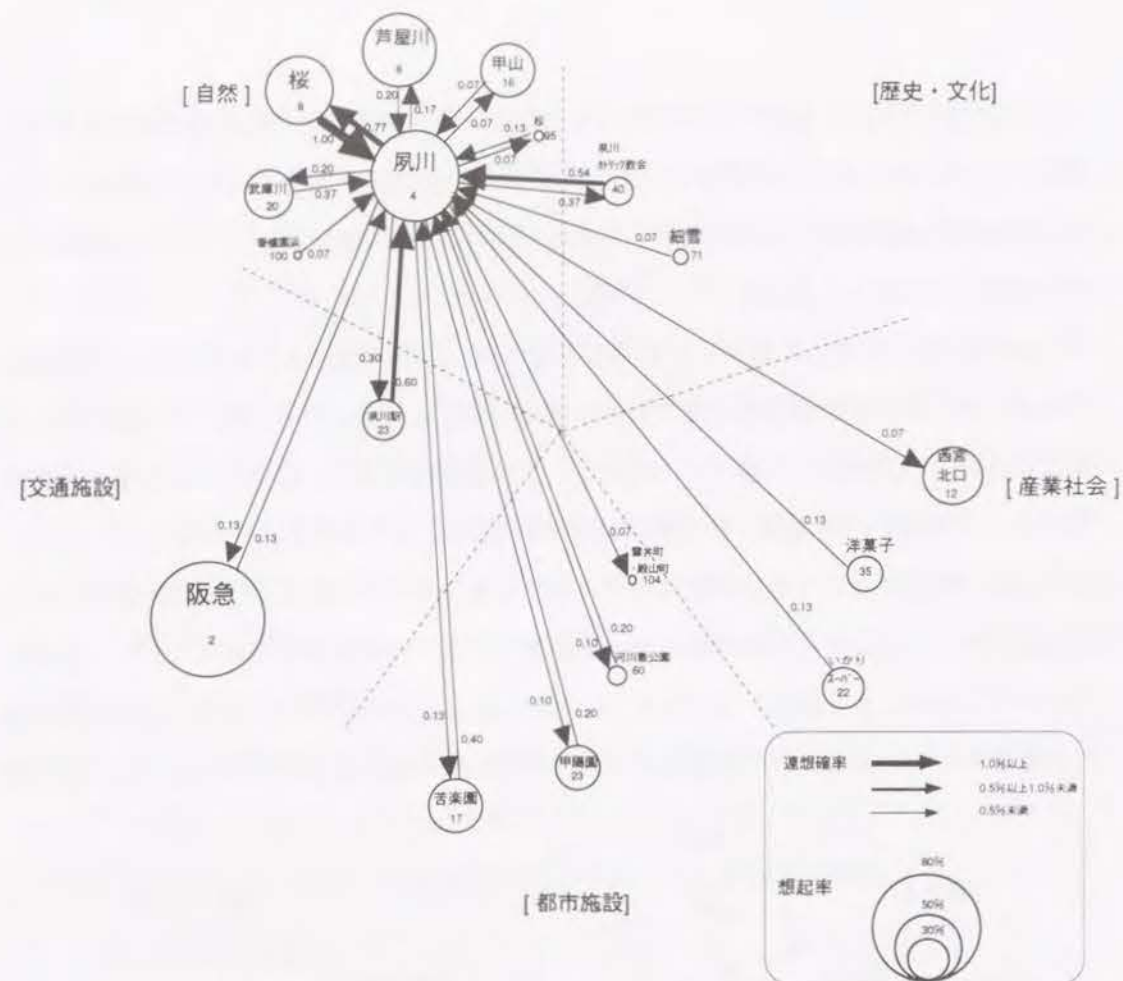


図5-5-6 阪急：固有名詞・夙川を中心とする連想構造

造をイメージマップを通して見ることで、それが波及する範囲を知ることができることになる。

5.6 まとめ

本章では地域イメージは多くの要素が関連し合い、集合体となって形成されるという考えのもとに、その連想構造を把握することをめざして地域イメージを構成していると考えられる普通名詞間及び固有名詞間の関係性を示す指標として連想確率を求めた。この連想確率にもとづいて、普通名詞間や固有名詞間の連想関係を把握するために、これを意味的な分類や地理的位置によってイメージマップの作成を行った。また、全連想回答数の上位5%以上の連想確率の結び付きの矢印の本数をイメージ要素連結度と名付け、普通名詞間及び固有名詞間の連想の広がり性を示す指標として考えた。

1. 意味的な分類である、調査時に用いた名詞群の分類であるジャンルを用いたイメージマップを作成した。これより各鉄道沿線ともに普通名詞間及び固有名詞間について

連想関係についての幾つかのグループの存在を明らかにすることができた。

(1)想起率の分析の際にも述べたが、普通名詞については調査対象者の意識が「日常生活圏」に向いており、連想のグループに関しても普通名詞は「住宅地」のグループ、自然グループなどの日常生活圏に関するものとなっている。

さらに多くの地域のデータの蓄積を行うことが必要であるが、この「日常生活圏」については沿線の地域イメージについてのアーキタイプ（元型）であるように考えられる。したがって、これをもとに各鉄道沿線について固有の状況の違いが普通名詞の連想関係についての差になっているように思われる。

固有名詞の連想のグループについては、各鉄道沿線地域の固有性が明確にできることになる。ここでは「鉄道」を中心とするもの、それに含まれるサブ的なグループとしてイベントなどに関するものが存在し、これとは別に「山」や「河川」などの自然に関するものなどのグループがあることがわかった。

(2)普通名詞の「住宅地」、固有名詞の各鉄道や山のように想起率が高いものについてはイメージ要素連結度が大きな傾向にあり、連想のグループの中心的な役割を果たすものが多い。また、これらの普通名詞・固有名詞ほど想起率は高くないが、普通名詞における阪急の「交通」や、固有名詞における南海の「難波」などのようにイメージ要素連結度が大きく、連想のグループの中心となるものも各沿線に存在することが確認できた。

(3)さらに普通名詞について自然のグループに含まれる「木」と、住宅地のグループに含まれる「公園」については相互に連想関係があり、これらの二つの連想のグループを結びつけるイメージの連結性が高いものであることも明らかになった。こうした関係は、固有名詞に関しても阪急沿線の「桜」が「夙川」と「芦屋川」の連想のグループを結びつけていることなどに見られるものである。

2. コト・モノの分類にもとづくイメージマップからは、普通名詞、固有名詞ともに、物的なモノや歴史的・社会文化的活動に関するコトに関する連想だけでなく、コトとモノの間についても連想関係のあることが明らかになり、地域イメージを考える場合にコトに関する地域の事柄も重要であることが連想構造からも確認できた。

3. 固有名詞の地理的イメージマップからは、各鉄道沿線のイメージ上の地域の広がりについても把握することができた。

(1)すなわち各鉄道沿線ともに調査対象と考えた行政境界を越えて、地域イメージについての連想は広がっていること、またそれぞれの鉄道によって、その広がる範囲

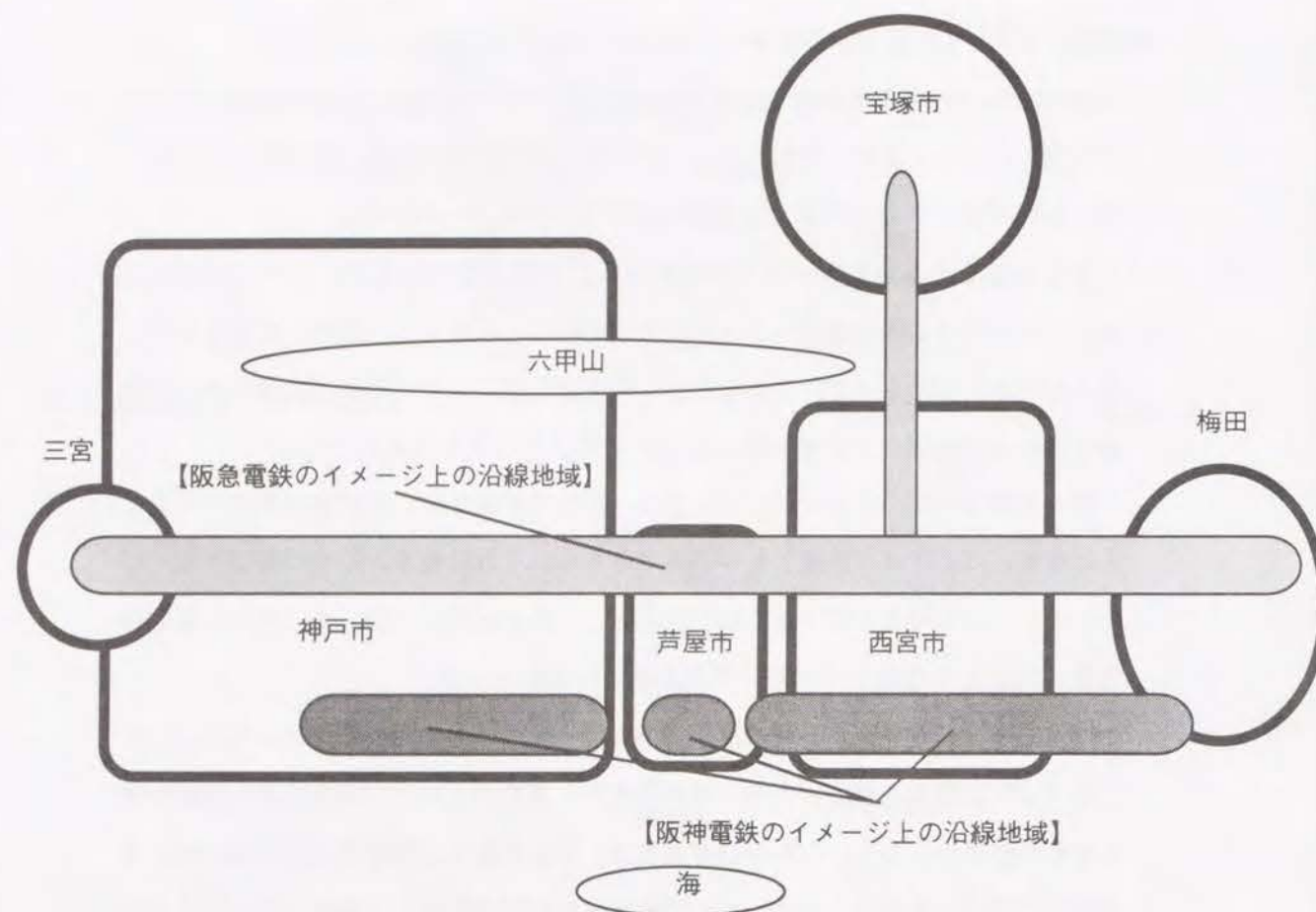


図5-6-1 阪急・阪神電鉄のイメージ上の沿線地域の広がり

表5-6-1 イメージマップの整理

		意味的 分類		地理的位置
		ジャンル別	コト・モノ	
連想関係の把握	連想のグループの抽出	○	×	○
	計画要素間の連想	△	○	○
	個別要素への着目	○	○	△
	地理的広がり	×	×	○
構成地物の布置	普通名詞	○	○	×
	固有名詞	○	○	○

も異なり、近鉄が最も広く、阪神が最も狭いことがわかった。これは各鉄道に関する調査対象者の居住地の分布とは異なっているため、沿線地域が広い範囲でイメージされている鉄道沿線と、比較的居住地を中心にイメージされている沿線があるように考えられる。

(2)また同じ阪神間に敷設されている阪急と阪神であっても、その敷設されている位置に対応して連想される固有名詞に差があり、阪急は阪神間の山側、阪神は海側が中心となっている。このように同じ固有名詞についても、沿線地域によって異なった連想関係や連想の広がりがあることがわかった。これを模式化すると図5-6-1のようになる。

4. 以上のような考察により、複数のイメージマップについて、その機能を明らかにすることができた。同じ連想確率を指標として用いても、図による視覚的な表現によって、把握できる事柄には差が生じる。ここで、イメージマップ作成についての考え方を整理すると表5-6-1のようになる。こうした整理をもとにイメージの連結性や連想構造の分析を行う場合に、その目的に応じてイメージマップの選択を適切に行う必要がある。

(1)本章で見たように連想のグループの抽出については、比較的連想関係が布置した周辺でまとまっていたジャンル別の分類や地理的な位置によるものが把握しやすい。一方、コト・モノの分類は計画要素を分類する視点であり、当然ながら計画要素としての普通名詞間・固有名詞間の連想関係の把握に適している。地理的な位置にもとづくイメージマップも固有名詞の連想関係から計画要素のイメージ上の広がりを空間的に把握できる。

(2)また個別の普通名詞や固有名詞に着目して、その連想構造を見る場合は、連想確率として示すことができる関係が減少することもあり、その連想関係の意味を把握するためにもジャンル別やコト・モノの分類がふさわしいように考えられる。

(3)地理的な位置によるイメージマップは地域の広がりを認識することも可能であり、比較的多くの場合に用いることができるが、普通名詞を布置する場合は、その位置を特定することは困難であり、意味的な分類による布置を行うこととなる。

5. さらに特定の普通名詞や固有名詞に着目して、これを中心とした連想確率をもとめイメージマップを作成することにより、これを計画要素とした場合に地域イメージ形成上の影響範囲を知ることができることも確認できた。

このように構成地物間の連想関係を考察することにより、地域イメージの構造を把握することができる。これより地域イメージ形成の視点から地域計画の検討を行う場合のエリア設定の考え方や、計画対象とする構成地物と他の構成地物とのイメージ上の連想関係についての把握ができことになる。こうした地域イメージを構成する要素間の連想に関する考察は、大久保昌一⁹⁾のいう地域の個性化を進めるための地域特性の抽出の段階に該当するものと考えられる。

ここで考察した方法をもとに、地域の個性化を促進するために着目する構成地物について、計画要素としてのイメージ上の影響の広がりを考えて計画を立案することが必要となる。

第5章参考文献

- 1) Tsuna Sasaki : As a Firm Step Towards Renovation of City and Regional Plannig--The Image of Femininity and Masuculinity, International Workshop on Psychological Factors in The Environment Associated with Transportation(I.W.P.F.), pp.1~44, 1990.
- 2) 西井和夫：地域イメージとその構成に関する風土分析手法、土木計画学研究・講演集 No.14(1), pp.213~220, 1991.
- 3) 志水英樹：「街のイメージ構造」, pp.43~70, 技報堂出版, 1979.
- 4) 近藤隆二郎：「環境イメージの発達過程における役割行為の意義と効果に関する基礎的研究」, pp.88~94, 大阪大学学位論文, 1994.
- 5) 例えば、竹林幹雄・佐佐木綱・小長井由隆・逢坂謙志：民話を用いた地域計画手法に関する研究, 土木計画学研究・講演集No.13, pp.153~160, 1990. / 竹林幹雄・佐佐木綱・東徹：民話を用いた地域づくりに関する研究, 土木計画学研究・講演集No.14(1), pp.221~228, 1991. など。また1994年には「1994 風土分析国際ワークショップー民話のイメージ分析とその町づくりへの応用ー」(1994 International Workshop in Kumamoto on Urban Design and the Analysis of Legends)が熊本県小国町で開催され内外の事例について報告された。
- *6) 谷憲幸・土井勉・飯田祐三：京都交通圏における総合都市交通計画, 第15回日本道路会議一般論文集, pp.761~762, 1983.
- *7) 河上省吾・土井勉：交通圏の設定方法とその実態に関する研究, 交通工学Vol.15・No.3, pp.3~11, 1980.
- 8) K.Lynch : The Image of the City, MIT Press, 1960. [丹下健三・富田玲子訳：「都市のイ

メージ」, 岩波書店, 1968.]

- 9) 大久保昌一：都市とアイデンティティ, 都市問題研究第45巻第3号(通巻507号), pp.3~19, 都市問題研究会, 1993.

*10) 栄健一郎・土井勉・木内徹・三星昭宏・北川博巳：私鉄沿線都市における地域イメージ構造分析, 平成6年土木学会関西支部年次学術講演会講演概要IV-25-1~IV-25-2, 1994.

*11) 土井勉・三星昭宏・北川博巳・西井和夫：関西私鉄三沿線における地域イメージの構造把握に関する研究, 第29回日本都市計画学会学術研究論文集・No.29, pp.565~570, 1994.

*12) 土井勉・木内徹・三星昭宏・北川博巳・西井和夫：鉄道沿線における地域イメージの構造に関する研究, 土木計画学研究・講演集・No.17, pp.633~636, 1995.

*13) 土井勉・木内徹・三星昭宏・北川博巳・西井和夫：鉄道沿線における地域イメージの構造に関する研究, 土木計画学研究・論文集・No.12, pp.367~374, 1995.

(本研究の一部は、以上の*印の論文に発表されている。)

第6章 SD法による沿線地域

イメージに関する考察

第6章 SD法による沿線地域イメージに関する考察

6.1 沿線地域イメージの評価と構成地物の評価

本研究におけるこれまでの分析は鉄道沿線の地域イメージと関係が深い構成要素は何か、あるいはその構成要素間の連想関係について考えてきた。その方法は、構成地物（普通名詞と固有名詞）に関する想起率や連想確率にもとづいたものである。

しかし、地域の個性化を促進することをめざした地域計画を考える場合には、これに加えて構成地物が、地域イメージに関連してどのような評価がされているのかを把握する必要がある。既にこれまでに述べたように地域イメージは、これを構成する多くの要素から成り立つ。同様に、地域イメージの評価についても、これを構成する個々の要素の評価が統合されたものとなっているように考えられる。

そこで本章では、地域イメージの形成に影響を持つと考えられる構成地物について、心理的な尺度を測定する手法であるSD法（Semantic Differential Method）を用いて、その評価構造を考えるものである。SD法は、もともと言語の意味測定法として開発された手法であるが、さらに色彩、図形、絵画、商品、人物など広い範囲にわたる事象に対して人が抱く意味あるいはそのイメージを測定する方法として利用されるようになったものである。実際の調査にあたっては対になる形容詞を評価尺度として用いることにより事象のイメージを分析するものである。

こうした地域イメージを構成する個々の要素についての評価構造の分析については、大久保昌一による都市のアイデンティティ（個性化）を進めるための4段階のプロセス¹⁾のうち、市民の希望や願望を考える第2段階に対応するものと考えられる。

6.2 SD法による構成地物のイメージ

既に、第4章、第5章でみたように各鉄道沿線において、「山」「神社」など個々の普通名詞の想起率や連想確率は、それぞれ似た様相を示し一般的な「まち」あるいは「日常生活圏」に関連するものとして沿線地域イメージのアーキタイプ（元型）的なものと、各沿線の特徴の二つのものがイメージされている。

また「六甲山」や「伊勢神宮」など個々の沿線における固有名詞については、想起率・連想確率ともに各沿線ごとに、それぞれの特徴がみられ、鉄道沿線固有の地域イメージに関連していることがわかっている。

したがって、ここで普通名詞に対するイメージ評価を考察することは、沿線地域に関するイメージ上の日常生活圏を構成する要素に対する評価を明らかにすることになる。また、同時に各沿線ごとの普通名詞の評価の差にも、それぞれの地域特性が反映されているように考えられるので、それについての考察を行うことになる。

各鉄道沿線の固有名詞に関するイメージ評価については、それぞれの沿線地域イメージを構成する具体的な要素について評価構造を明らかにする。

さらに普通名詞と固有名詞で意味的・機能的に共通するものについては、普通名詞を固有名詞の各沿線地域相互比較をする時の基準としても考えることができる。こうした考え方に基づいて各鉄道沿線に関する普通名詞と固有名詞についてのイメージ評価の考察を行うことにした。

SD調査の実施については第3章の図3-3-1に示したように、各鉄道沿線を対象にした調



図6-2-1 7ランクの評価尺度

表6-2-1 調査で用いた形容詞対

開放的な	閉鎖的な
さびしい	にぎやかな
重々しい	軽やかな
理性的な	情緒的な
力強い	弱々しい
やぼったい	おしゃれな
古風な	モダンな
暗い	明るい
男性的な	女性的な
若々しい	成熟した
ホットな	クールな

表6-2-2 SD法により抽出された普通名詞

	阪急	%	近鉄	%	南海	%	京阪	%	阪神	%
1	住宅地*	53.3	商店街*	33.0	住宅地*	53.8	住宅地*	51.6	住宅地*	51.7
2	山*	36.1	住宅地*	30.4	公園*	29.0	駅*	30.6	山*	30.0
3	神社*	21.3	学校*	25.9	祭	23.7	河川*	17.7	埋立地*	28.3
4	学校*	21.3	山*	25.0	田畑	19.4	神社*	16.1	野球場*	26.7
5	公園*	18.9	パチンコ	23.2	史跡*	18.3	パチンコ*	16.1	河川*	21.7
6	河川*	18.0	駅*	22.3	埋立地	16.1	坂	14.5	海*	20.0
7	夜景*	16.4	神社*	19.6	神社*	16.1	田畑	14.5	夜景	18.3
8	野球場	16.4	祭	16.1	学校*	15.1	学校*	14.5	おしゃれな街	18.3
9	坂	14.8	鉄道*	15.2	駅*	15.1	公園*	14.5	再開発	18.3
10	おしゃれな街	13.9	坂	13.4	山*	14.0	商店街	14.5	公園*	16.7
11	海	13.1	公園*	13.4	重化学工業	11.8	駅前広場	14.5	坂	15.0
12	再開発	13.1	スーパーマーケット	12.5	再開発	11.8	自動車	14.5	浜	15.0
13	鉄道*	12.3	球技場	11.6	鉄道*	11.8	山	12.9	神社*	15.0
14	商店街	11.5	工場	10.7	木	10.8	丘	12.9	駅*	15.0
15	駅*	11.5	河川	10.7	自転車	10.8	鉄道*	12.9	学校	11.7
16	幹線道路	11.5	バス	9.8	丘	9.7	幹線道路	12.9	幹線道路	11.7
17	埋立地	10.7	夜景	9.8	パチンコ*	9.7	自転車	12.9	景観	10.0
18	交通*	9.8	商店*	9.8	海	8.6	史跡*	11.3	鉄道	10.0
19	景観	9.0	幹線道路	9.8	スーパーマーケット*	8.6	花	9.7	スーパーマーケット*	8.3
20	河原	5.7	歓楽街	8.9	高速度道路	8.6	集落	9.7	商店街	8.3
	都会	5.7							高速度道路	8.3
	競馬	5.7								

* は各鉄道沿線地域における普通名詞の想起率上位10位以上のものを示す

査票において、想起率を求めるために調査対象者が抽出した構成地物の中から、「まちのイメージ」、「それぞれの鉄道沿線地域のイメージ」に最も深く関連すると考える普通名詞と固有名詞をそれぞれ5つを抽出し、これについて7ランクの評定尺度（図6-2-1）をもつ11個の形容詞対について回答を求めた。

ここで用いた11個の形容詞対を表6-2-1に示す。この11個の形容詞対の選択にあたっては、地域イメージの評価に関するいくつかの既往研究^{2), 3), 4), 5), 6)}を参考に、できるだけ「魅力的な一つまらない」というような調査対象者の価値観に対して直接的な評価を問うものや、「誇れる一誇れない」などのように単純な肯定一否定関係となる言葉の対を排することにした。また、都市像を説明するときにも形容詞として利用できそうなものを対として選び、調査対象者に過度の負担を強いなことを考慮して表6-2-1に示すような11個の形容詞対に絞った。

また表6-2-2と表6-2-3には、調査時に各鉄道沿線の調査対象者が「まちのイメージ」や「沿線地域のイメージ」と最も関係があると考えて、SD法の設問に対して回答を行うために選択した普通名詞及び固有名詞のうち上位20位のリストを示す。これらの表において網掛けで示している構成地物は、第4章で想起率の分析を行った際に各鉄道沿線で、想起率が上位10位に含まれるものである（表4-2-4（普通名詞の想起率表）と表4-2-5（固有名詞の想起率表）参照）。

普通名詞については第4章の表4-2-4と本章の表6-2-2、固有名詞については表4-2-5と表6-2-3を見比べると、普通名詞・固有名詞ともに、一部では順位が異なるものの、全体的に

表6-2-3 SD法により抽出された固有名詞

	阪急	%	近鉄	%	南海	%	京阪	%	阪神	%
1	宝塚歌劇*	45.1	生駒山*	33.9	高野山*	41.6	枚方菊人形*	40.3	甲子園球場*	68.3
2	六甲山*	38.5	奈良公園*	25.0	岸和田だんじり祭*	28.0	淀川*	38.7	阪神タイガース*	48.3
3	夙川*	23.0	近鉄*	25.0	高島屋*	21.5	枚方パーク*	37.1	六甲山*	38.3
4	阪急百貨店*	23.0	ラグビー	22.3	なんばCITY*	19.4	京都競馬場*	29.0	西宮神社*	23.3
5	宝塚ファミリーランド*	22.1	近鉄百貨店*	22.3	難波*	18.3	京阪*	24.2	国道43号*	23.3
6	桜*	16.4	ミナミ	19.6	関西国際空港	18.3	京阪百貨店	17.7	灘の生一本*	21.7
7	阪急*	15.6	難波*	18.8	南海難波駅	18.3	京阪枚方市駅*	16.1	阪神*	20.0
8	岡本	13.9	近畿大学	17.9	仁徳天皇陵*	17.2	国道1号*	16.1	夙川	18.3
9	阪急梅田駅	13.9	生駒山夜景*	17.0	みさき公園	17.2	石清水八幡宮	12.9	高校野球	18.3
10	芦屋*	12.3	伊勢志摩*	16.1	堺東*	16.1	琵琶湖	11.3	甲子園阪神パーク*	18.3
11	ビッグマン前	11.5	学園前*	16.1	大和川*	15.1	松下電器*	11.3	阪神工業地帯	15.0
12	梅田	9.0	生駒山上遊園地*	14.3	浜寺公園	15.1	天神祭	9.7	武庫川*	13.3
13	甲山	8.2	伊勢神宮	12.5	泉北ニュータウン*	14.0	楠葉ロースタシ	9.7	香櫨園浜	11.7
14	阪急西宮スタジアム*	8.2	あやめ池遊園地*	12.5	ミナミ	12.9	篠屋川	8.1	阪神高速度道路	10.0
15	宝塚駅	8.2	近鉄パッセ	11.6	南海*	12.9	菊*	8.1	西宮宮水	8.3
16	西宮北口	8.2	鶴橋	11.6	全剛山	11.8	祇園祭	8.1	芦屋	8.3
17	芦屋川*	6.6	石切神社	9.8	二色の浜	11.8	花火大会	8.1	神戸ハーバーランド*	8.3
18	ちゃやまちアパロス*	6.6	近鉄難波駅	8.9	住吉神社	9.7	京阪モル	8.1	大坂湾	6.7
19	神戸市王子動物園	6.6	あやめ池*	8.0	南海ササガビル	7.5	京橋	8.1	六甲からの夜景	6.7
20	関西学院大学	6.6	枚岡公園	7.1	泉北高速度鉄道	7.5	大坂城公園	8.1	尼崎競艇	6.7
	小林一三	6.6	近鉄布施駅	7.1			河川敷公園	8.1	阪神西宮駅	6.7
	三番街	6.6					大坂城	8.1		

* は各鉄道沿線地域における固有名詞の想起率上位10位以上のものを示す

は極めてよく似た傾向となっていることがわかる。特に固有名詞についてはSD法の回答のために選択したものと想起率の関係が各鉄道沿線ともに極めて似たものとなっている。これは普通名詞に比べて固有名詞のイメージの方がより具体的にイメージしやすく、地域を代表するような特定の固有名詞に回答が集中するためであると考えられる。

また、本研究においては、調査の方法上SD法の評価を行う構成地物に関しては、調査対象者が自ら選択を行うことになる。この点が事前に準備した事物に対してSD法の評価を設問する通常の調査方法を行う場合と異なる。すなわち、事前に準備した事物に対してSD法を行う場合においては、調査対象者が、その事物に対して明確なイメージ評価を持たない場合でも、無理をして回答を行うことになり、明確な考えを持った回答と、そうでないものが混在するおそれがある。一方、本研究において調査対象者は、自らの意思で選択した構成地物に対してイメージ評価を行うことになり、事前に評価対象を準備した場合に比べて、より明確なイメージ評価がなされるように考えられる。

すなわち、本研究でSD法を行う構成地物については、調査対象者がそれぞれのイメージをもって回答を行うために自由意思で選択した普通名詞・固有名詞各々5個を対象としている。したがって、調査対象者がよく知らないことについて無理に回答を求めないという点でデータの信頼性が確保されると考えられる。

6.3 鉄道沿線地域のイメージプロフィール

6.3.1 「まち」と鉄道「沿線地域」のイメージプロフィール

調査対象者に、自ら選択した普通名詞のSD法調査の前に、「あなたの住んでいるまちのイメージ」（以下、「まち」と略す）についての評価を設問し、同様に固有名詞の調査の前には「鉄道沿線の地域イメージ」（以下、「沿線地域」と略す）についての評価を訊いている。

この結果「まち」と各鉄道の「沿線地域」について各形容詞対に対する各鉄道沿線における回答の平均値をもとにしたイメージプロフィールをとりまとめたものが図6-3-1と図6-3-2である。

図6-3-1より、各沿線の調査対象者の「まち」についての回答を見ると「やばったーおしゃれな」、「古風なーモダンな」などで若干のプロフィールの違いがあるものの、ほとんど似たものとなっており、形容詞対の中間の評価である4.「どちらでもない」付近のものに多く集まっていることがわかる。また各形容詞対において1.や7.の「非常に」という

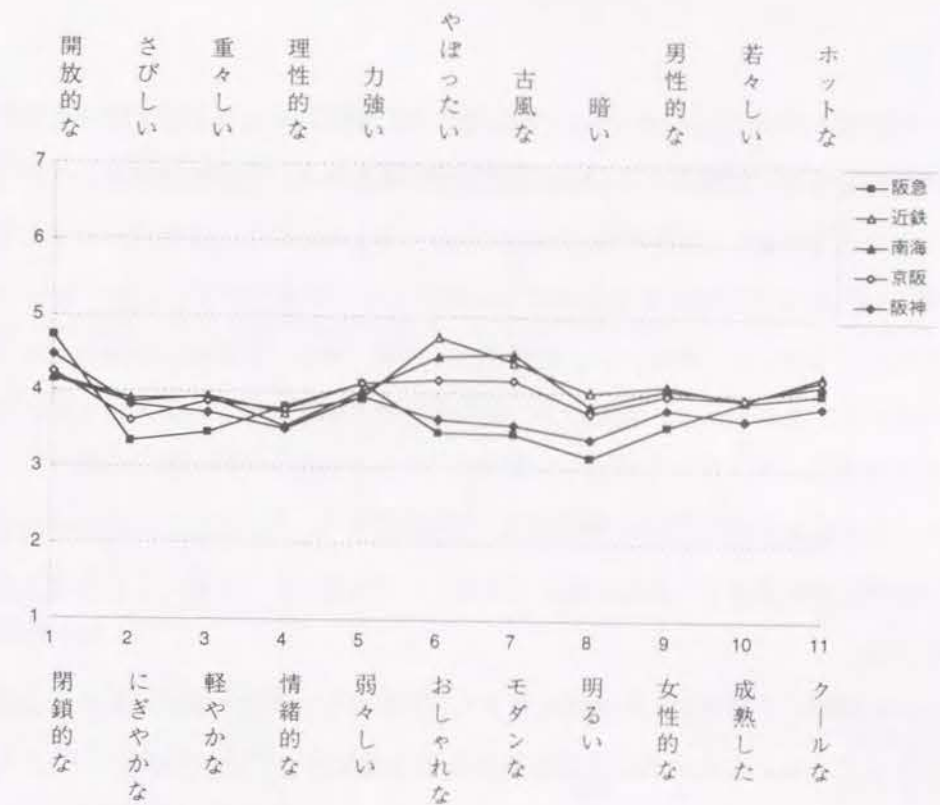


図6-3-1 「まち」のイメージプロフィール

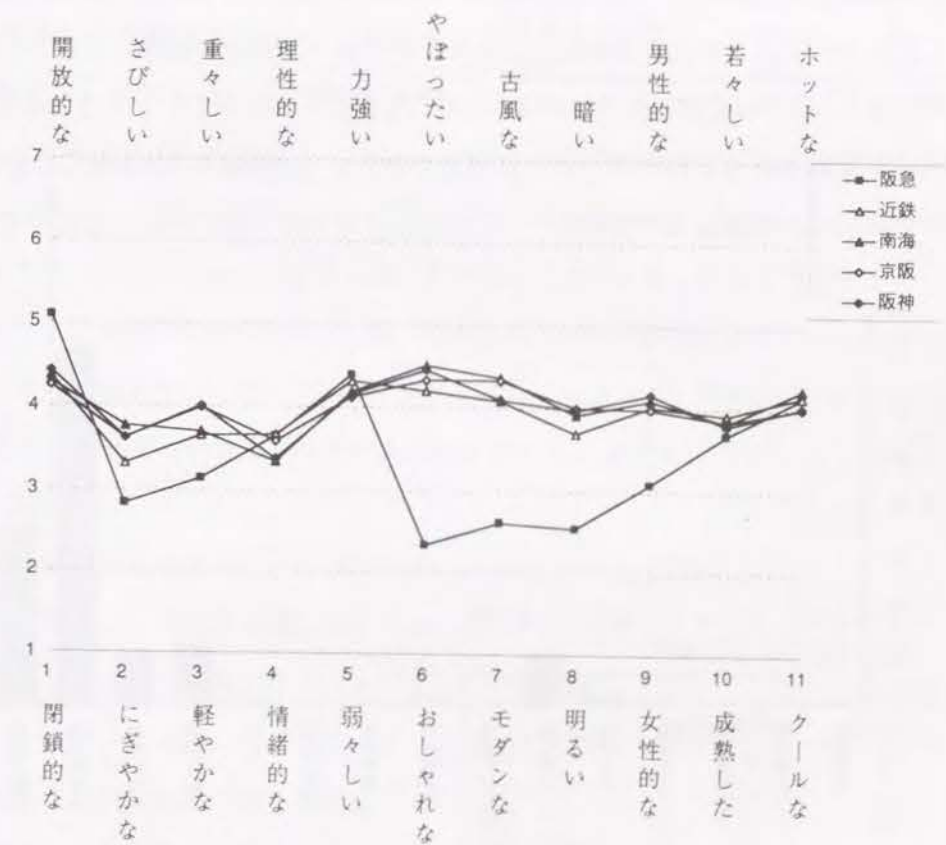


図6-3-2 鉄道沿線地域のイメージプロフィール

ような回答がないことについては、既に第3章、第4章でも見たように「まち」の場合には一般的な日常生活圏のイメージがもたれているために、極端な評価がされにくいことによると考えられる。この中では「やばったーおしゃれな」「古風なーモダンな」「暗いー明るい」などで5つの鉄道沿線は二つのグループに分かれる。阪急・阪神はやや「おしゃれ」「モダン」「明るい」と評価され、近鉄・南海・京阪の3沿線のグループとは異なっている。これは阪急・阪神が共に阪神間という同じ地域を路線に持つためであろうと考えられる。

一方、図6-3-2に示すように各鉄道の「沿線地域」については阪急だけが他の「沿線地域」と明らかに異なり「おしゃれ」「モダン」「明るい」「女性的」の評価が大きいことがわかる。

また阪神の「沿線地域」の評価は「まち」と異なり、近鉄・南海・京阪と類似したものに変わっている。このように阪急以外の鉄道沿線については、図6-3-1の「まち」のプロフィールと似た傾向にあることがわかる。

阪急の特異な評価については、本調査の結果だけでなく、大阪の鉄道を対象にしたいくつかの意識調査の結果^{7)・8)}からも報告されている。例えば、第2章の表2-1-1において木下・佐佐木⁹⁾による鉄道及び鉄道ターミナルのイメージ調査の結果によると、阪急の女性性が高く、阪神は比較的男性性が高かったことが示されているが、そのことを今回の調査からも確認することができたように考えられる。また図6-3-3は大阪市に勤めるサラリーマン・OLの調査結果¹⁰⁾であるが、ここに示すように「おしゃれな住民が多い鉄道沿

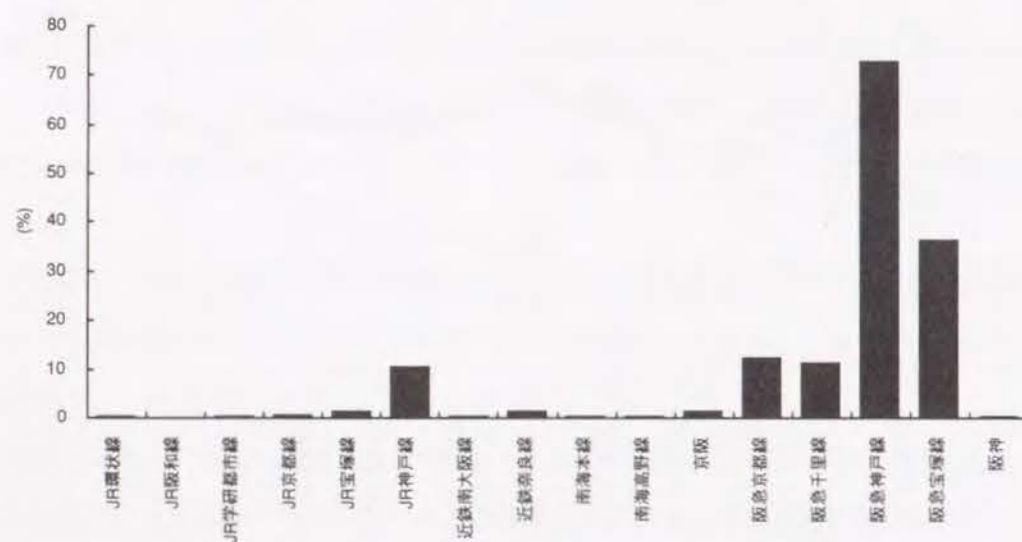


図6-3-3 おしゃれな住民が多い鉄道沿線 (参考文献10)より)

線」に阪急神戸線をはじめ、阪急各線に回答が集中していることから、図6-2-2の「沿線地域」のイメージプロフィールは一般的な評価を反映したものとなっていると考えることができる。

6.3.2 各鉄道沿線における固有名詞のイメージプロフィール

ここでは各鉄道沿線における代表的な固有名詞のイメージプロフィールを見ることにより、それと各鉄道沿線における地域イメージの評価との関係を考察する。考察の対象とする代表的な固有名詞については、想起率及びイメージ要素連結度の大きなもの及び各沿線における「鉄道」とした。

(1) 阪急沿線

考察の対象とした固有名詞については表6-3-1に示す通りである。また、このイメージプロフィールは図6-3-4に示す。

表6-3-1 阪急；イメージプロフィール対象リスト (固有名詞)

阪急	イメージ要素	
	想起率(%)	連結度
宝塚歌劇	74.6	11
六甲山	87.7	8
夙川	68.0	8
阪急百貨店	59.0	5
宝塚ファミリーランド	50.8	3
阪急	86.1	16

ここで取り上げた阪急沿線の固有名詞のプロフィールは、6-3-1で見たように阪急の「沿線地域」のものと類似して「おしゃれ」「モダン」「明るい」「女性的」な傾向を示していることがわかる。「六甲山」「夙川」「阪急百貨店」は、それぞれ似た傾向となっているが、「宝塚歌劇」については、こうした形容詞対や「力強い」についても大きく評価され、沿線のイメージを引っ張っていることがわかる。また「宝塚ファミリーランド」についても大半の形容詞対で、他の固有名詞と同様の傾向を示すが、「若々しい」について特に評価されている。これは「宝塚ファミリーランド」が子供を中心とした主に若い家族向けの施設という点で特徴があるためであろうと考えられる。

(2) 近鉄沿線

近鉄沿線におけるイメージプロフィールを考察する対象とした固有名詞については表6-3-2に、またこれらに関するイメージプロフィールについては図6-3-5に示す。

表6-3-2 近鉄；イメージプロフィール対象リスト (固有名詞)

近鉄	イメージ要素	
	想起率(%)	連結度
生駒山	91.1	9
奈良公園	64.3	5
近鉄	87.5	19
近鉄百貨店	63.4	6
伊勢志摩	54.5	7
あやめ池遊園地	72.9	5

これより「近鉄」以外の固有名詞については「開放的」と評価されているが、全体に類似した傾向であることがわかる。この

中では「近鉄百貨店」が比較的「にぎやか」「モダン」、「奈良公園」は「古風」、「あやめ池遊園地」が「若々しい」と評価されている。また、「力強い-弱々しい」と「ホットな-クールな」で各固有名詞が中央よりもやや「力強い」や「ホットに」集中しているが、これは他の鉄道沿線には見られない近鉄の特徴であると考えられる。

(3) 南海沿線

南海沿線におけるイメージプロフィールを考察する対象とした固有名詞については表6-3-3に、これらに関するイメージプロフィールについては図6-3-6に示すようになっている。

表6-3-3 南海；イメージプロフィール対象リスト（固有名詞）

南海	想起率(%)	イメージ要素 連結度
高野山	72.0	4
岸和田だんじり祭	54.8	5
高島屋	72.0	6
なんばCITY	63.4	6
難波	55.9	9
南海	67.7	10

これは一見ばらばらの印象をうけるが、それは「高野山」と「岸和田だんじり祭」とが、幾つかの形容詞対で極端な評価を受けているためである。「高野山」では、他の固有名詞とは異なり、大きく「さびしい」「重々しい」「成熟した」と評価され、「岸和田だんじり祭」についても他とは異なり「情緒的」「力強い」「若々しい」と評価されている。この二つの固有名詞を除くと大阪のミナミ周辺のものとなり、「なんばCITY」と「難波」は類似したプロフィールであり、これと百貨店の「高島屋」も似た傾向にあると考えられる。南海では、こうした大阪ミナミの雰囲気「岸和田だんじり祭」のイメージ評価も重なり、「にぎやか」で「明るい」と評価される固有名詞のあることが特徴である。

(4) 京阪沿線

京阪沿線におけるイメージプロフィールを考察するために、対象とした固有名詞については表6-3-4に、またこれらに関するイメージプロフィールについては図6-3-7に示すとおりである。

表6-3-4 京阪；イメージプロフィール対象リスト（固有名詞）

京阪	想起率(%)	イメージ要素 連結度
枚方菊人形	83.9	5
淀川	80.6	9
枚方パーク	80.6	4
京阪	75.8	9
枚方市駅	54.8	4
国道1号	53.2	2

これより、京阪は「枚方市駅」が「おしゃれ」「モダン」「明るい」との評価

で、他の固有名詞と異なった評価がされているものの、これらの固有名詞のイメージプロフィールについては類似した傾向のものとなっている。この中では、「淀川」が「力強い」で、「国道1号」が「やばったい」でやや他の固有名詞と異なっている。「淀川」の

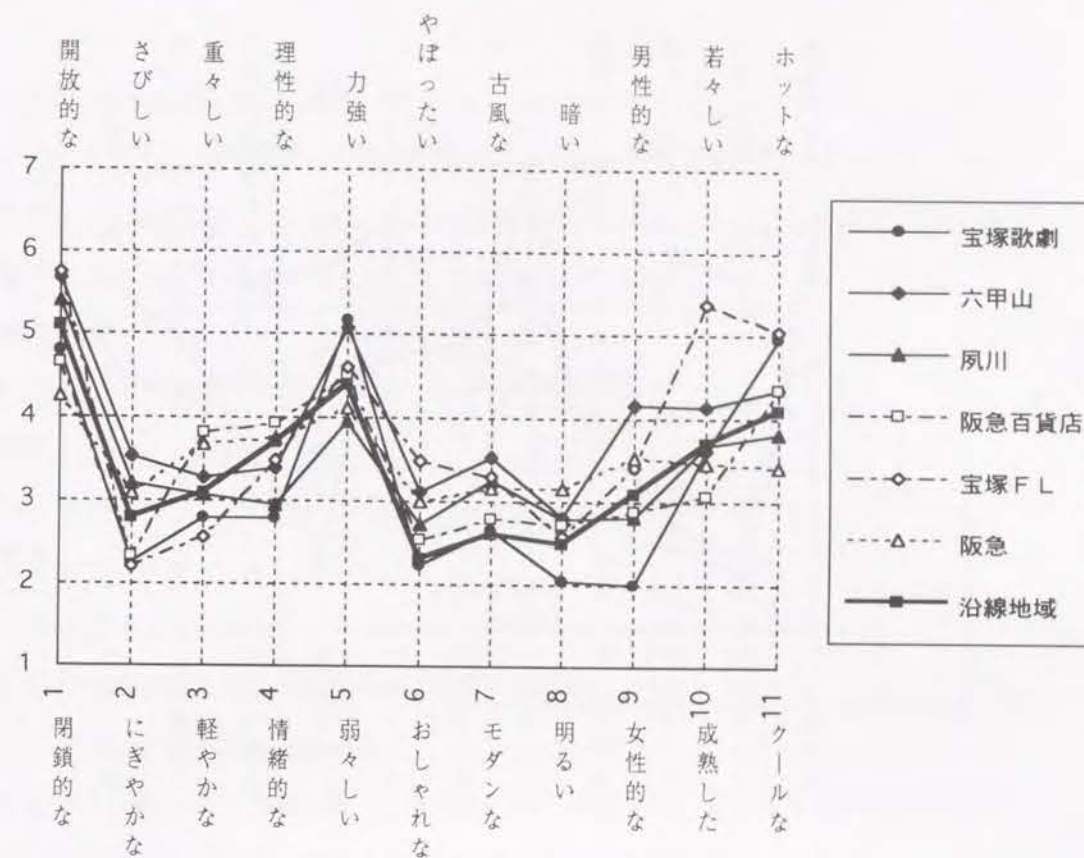


図6-3-4 阪急；イメージプロフィール（固有名詞）

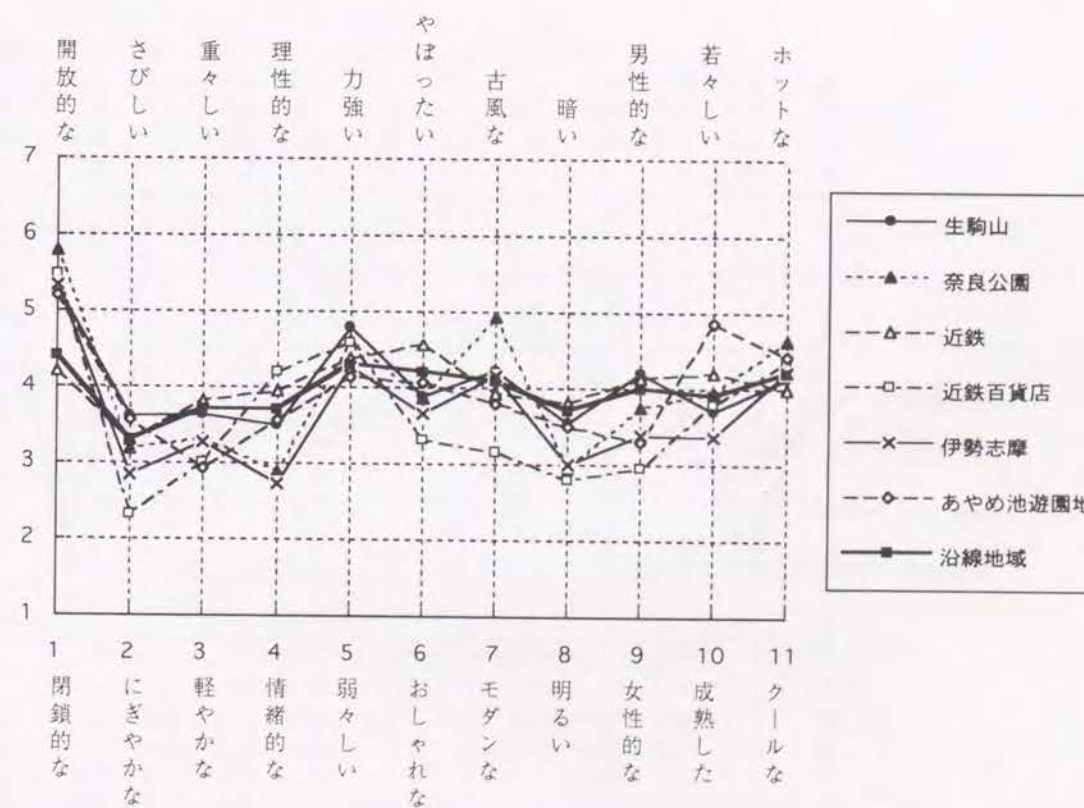


図6-3-5 近鉄；イメージプロフィール（固有名詞）

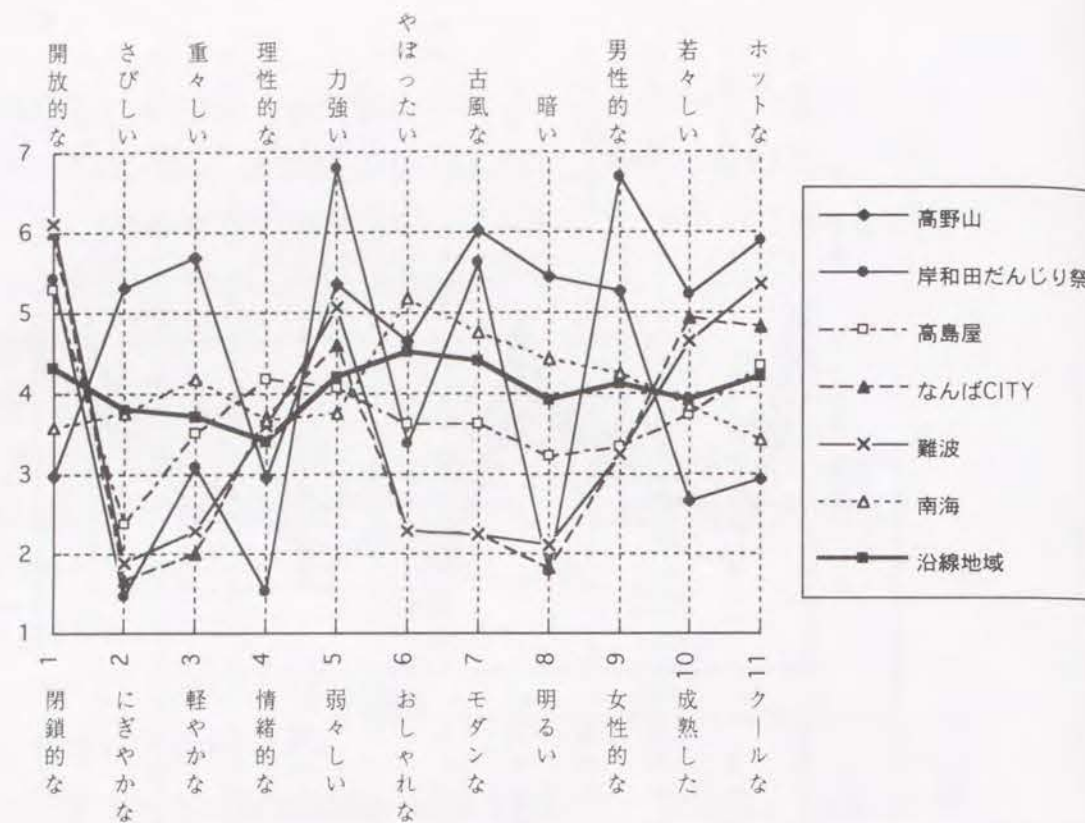


図6-3-6 南海；イメージプロフィール（固有名词）

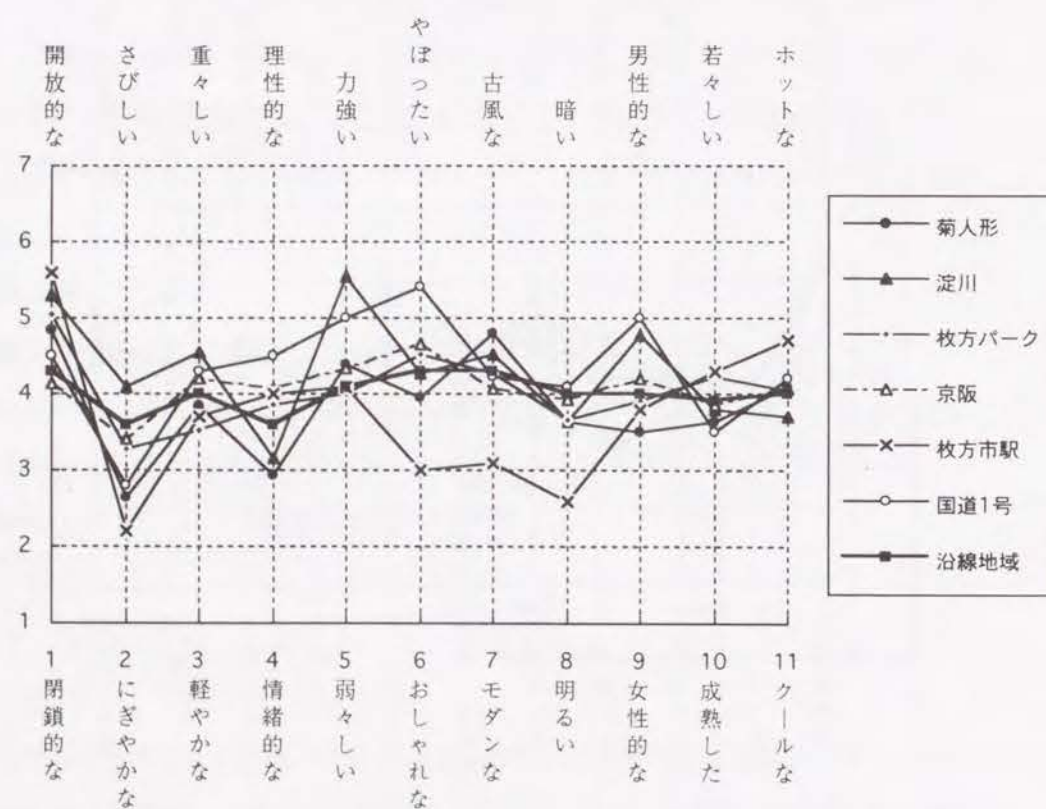


図6-3-7 京阪；イメージプロフィール（固有名词）

「力強い」は河川の規模からも理解できるが、「国道1号」の「やばったい」については、多くのトラックなどが通過する幹線道路に対する評価が含まれているように考えられる。したがって、京阪沿線について、今後の沿線地域のイメージを考える場合に国道1号をどのように考えるのかが一つのキーになるように思われる。

(5) 阪神沿線

阪神沿線におけるイメージプロフィールを考察するために、対象とした固有名詞については表6-3-5に、またこれらに関するイメージプロフィールについては図6-3-8に示すようになっている。

表6-3-5 阪神；イメージプロフィール対象リスト（固有名詞）

阪神	想起率(%)	イメージ要素 連結度
甲子園球場	81.7	9
六甲山	70.0	3
西宮神社	63.3	4
国道43号	71.7	5
阪神	93.3	7
甲子園阪神パーク	73.3	3

阪神沿線も南海沿線と同様に各固有名詞のプロフィールがばらばらであるよう

な印象を受ける。特に「甲子園球場」と「国道43号」の評価が、そのような印象を与えているように考えられる。「甲子園球場」は「力強い」「男性的」「ホット」で、「国道43号」は「重々しい」「暗い」「男性的」で他の固有名詞とは異なった評価がされている。

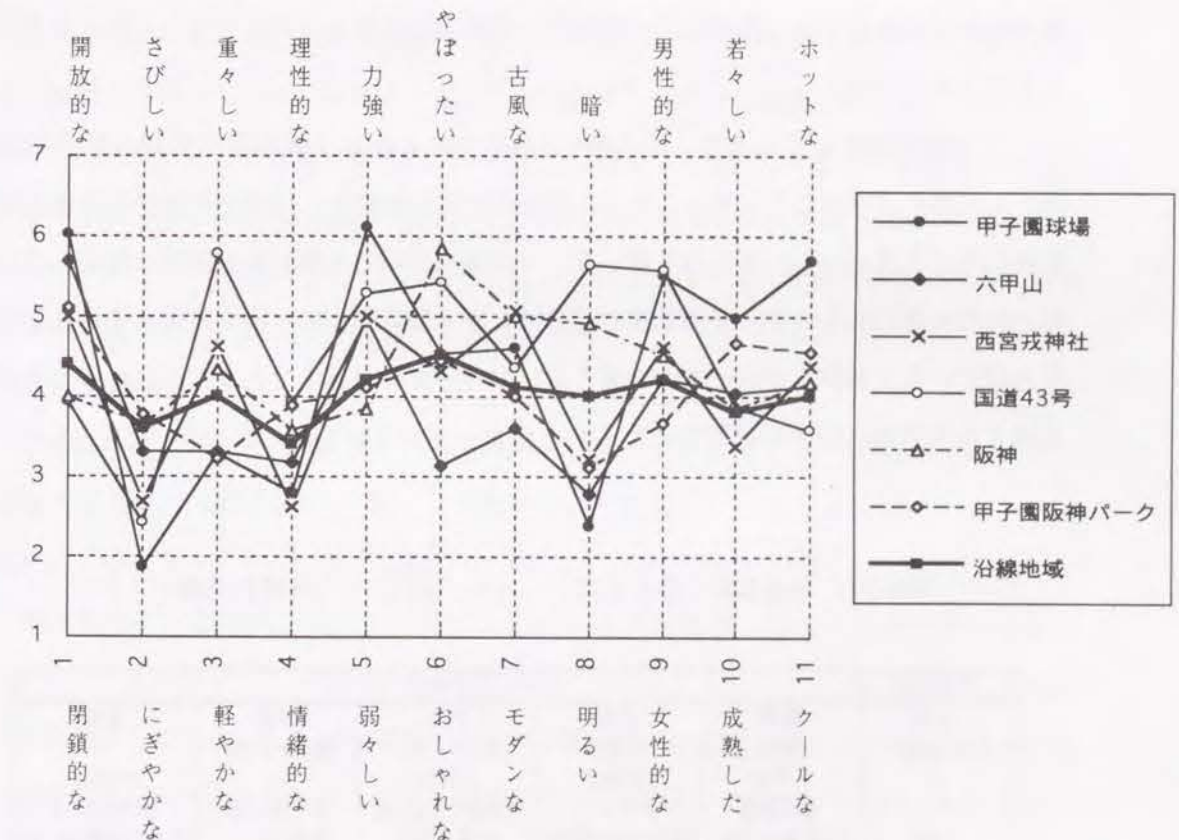


図6-3-8 阪神；イメージプロフィール（固有名词）

この二つの固有名詞を除くと比較的イメージプロフィールの傾向は似たものとなっている。この「国道43号」は京阪沿線の「国道1号」と同じような傾向を示しているものと考えられる。

また固有名詞としての鉄道「阪神」については「やばったい」、あるいは「暗い」というような評価がされている。図6-3-2に示すように「沿線地域」としての評価に直接は結びついていないが、6-3-1で述べたように阪神沿線では、「まち」から「沿線地域」のイメージプロフィールが「おしゃれ」「モダン」「明るい」で変化した。これについては「阪神」などの固有名詞の評価と関係しているように考えられる。

6.3.3 普通名詞と固有名詞のイメージプロフィール

ここでは地域イメージに関する個別の構成要素についての評価が各鉄道沿線ごとに、どのようなになっているのかを把握する。そのために、SD法の調査に対する回答数が多いものの中で、各鉄道沿線において普通名詞と固有名詞が「山」と「六甲山」のように意味的に対応しているものについて、そのイメージプロフィールを考察する。

具体的には個別の構成地物に関する評価について11個の形容詞対に対する各回答の平均値の分布から普通名詞と固有名詞との対比や各鉄道沿線間との比較を行うことにより考察をすることにした。

ここで検討対象とするものとして表6-3-6に示すような7組の普通名詞と固有名詞のセットを取り上げることとする。ただ、回答数からの制約上、イベントについては「宝塚歌劇」や「ラグビー」のようなスポーツ、「岸和田だんじり祭」など内容に幅があり沿線間の対比は難しいものや、普通名詞の「公園」や「商店街」に対応する固有名詞として取り上げているものが、それぞれの沿線のテーマパークや百貨店であるために必ずしも普通名詞と固有名詞とが明確に対応したものとはなっていないものを含んでいる。

表6-3-6 普通名詞と固有名詞：イメージプロフィール検討対象リスト

普通名詞	固有名詞				
鉄道	阪急	近鉄	南海	京阪	阪神
住宅地	岡本	学園前	泉北ニュータウン	楠葉ロースタウン	—
山	六甲山	生駒山	高野山	—	六甲山
イベント	宝塚歌劇	ラグビー	岸和田だんじり祭	枚方菊人形	阪神タイガース
公園	宝塚ファミリーランド	あやめ池遊園地	みさき公園	枚方パーク	阪神甲子園パーク
河川	夙川	—	大和川	淀川	武庫川
商店街	阪急百貨店	近鉄百貨店	高島屋	京阪百貨店	—

(1) 鉄道

各鉄道沿線における普通名詞の「鉄道」のイメージプロフィールについては図6-3-9に、また図6-3-10は固有名詞のものを示す。

これより各鉄道沿線間にイメージプロフィールは異なっているが、それぞれの沿線ごとに普通名詞と固有名詞のプロフィールに大きな違いはない。

普通名詞については阪神沿線の「鉄道」が「やばったい」「古風な」「暗い」と考えられている。一方、それとは逆に南海沿線の「鉄道」では「おしゃれな」「モダン」「明るい」と回答されている。この阪神と南海の間に挟まれた他の三沿線は互いに似た傾向のプロフィールとなっている。

また固有名詞の各鉄道についても、普通名詞のイメージプロフィールとよく似ており、やはり「やばったい—おしゃれな」「古風な—モダンな」「暗い—明るい」のところで各鉄道沿線の差が大きくなっている。ただ、これを詳細に見ると阪神沿線では固有名詞の「阪神」のイメージプロフィールと普通名詞の「鉄道」の評価に大きな違いはないが、南海沿線では固有名詞の「南海」は普通名詞の「鉄道」の場合と異なり、阪神の普通名詞「鉄道」のプロフィールに近いものとなっている。

普通名詞の場合における南海沿線の「鉄道」に似た固有名詞のプロフィールとなる鉄道は「阪急」となっている。これより固有名詞の鉄道としての「阪急」は「おしゃれ」「モダン」「明るい」「女性的」と他の固有名詞・鉄道とは異なった評価がなされていることがわかる。「阪急」のこうしたイメージ評価については図6-3-2に示す鉄道の「沿線地域」のイメージプロフィールと似たものとなっている。これより阪急の場合は鉄道の評価と沿線地域の評価に関連があることが考えられる。

(2) 住宅地

各鉄道沿線における普通名詞の「住宅地」のイメージプロフィールは図6-3-11に、また固有名詞として「岡本」（阪急）、「学園前」（近鉄）、「泉北ニュータウン」（南海）、「楠葉ローズタウン」（京阪）のプロフィールについては図6-3-12に示した。

普通名詞の「住宅地」について見ているが、各鉄道沿線ともほとんどイメージプロフィールに差が無く、しかもいずれの形容詞対についても4の「どちらでもない」近傍に分布が集中している。すなわち調査対象者が一般的に「住宅地」のイメージを評価する場合には、ほとんど色を着けることなく形容詞対の「どちらでもない」を回答していることを示している。

これは、「住宅地」というイメージだけではなんらかの明快な評価の下しようがないこ

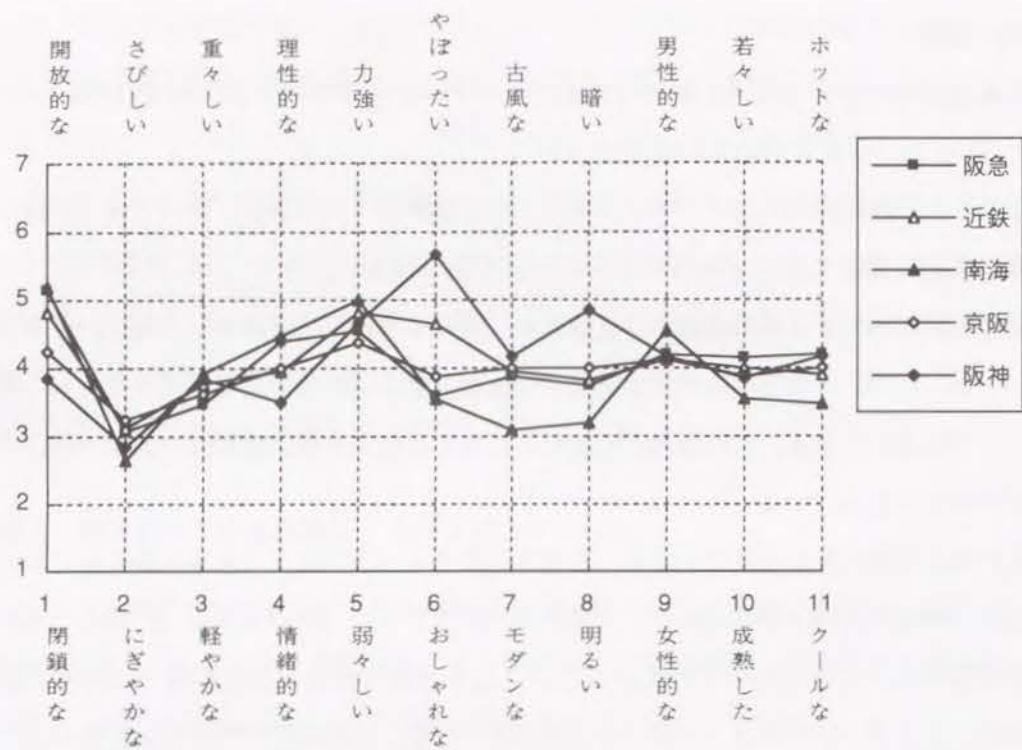


図6-3-9 鉄道（普通名詞）のイメージプロフィール

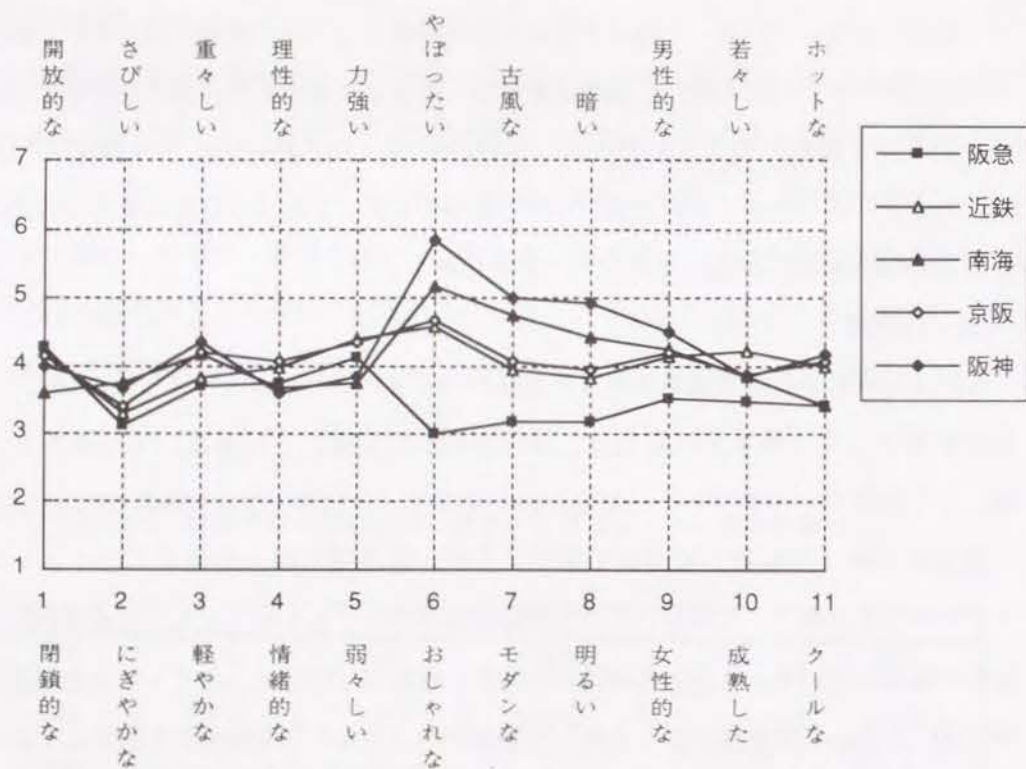


図6-3-10 鉄道（固有名詞）のイメージプロフィール

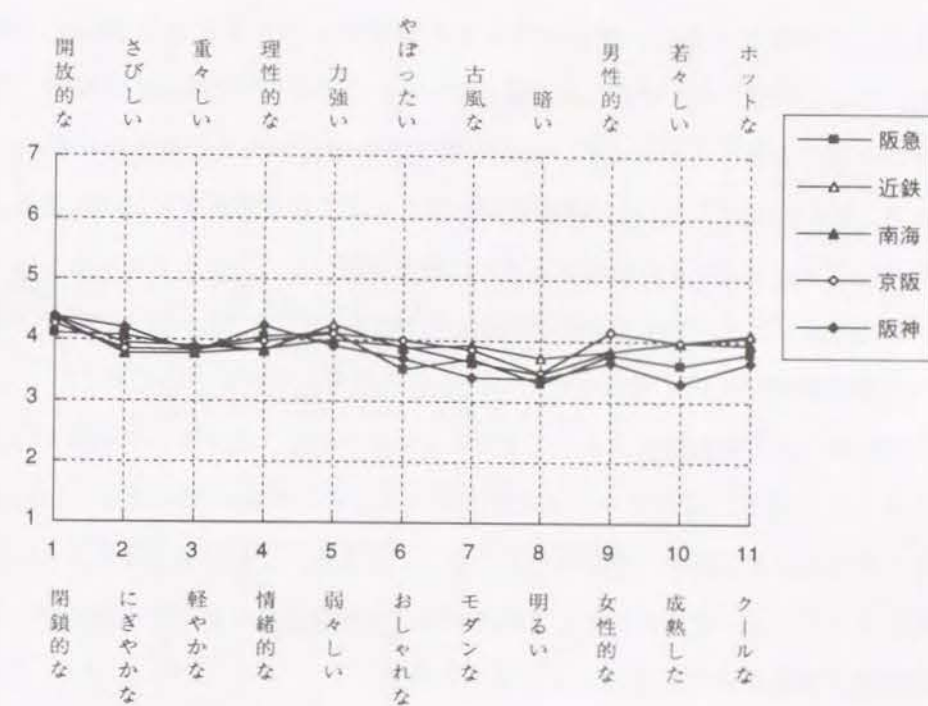


図6-3-11 住宅地（普通名詞）のプロフィール

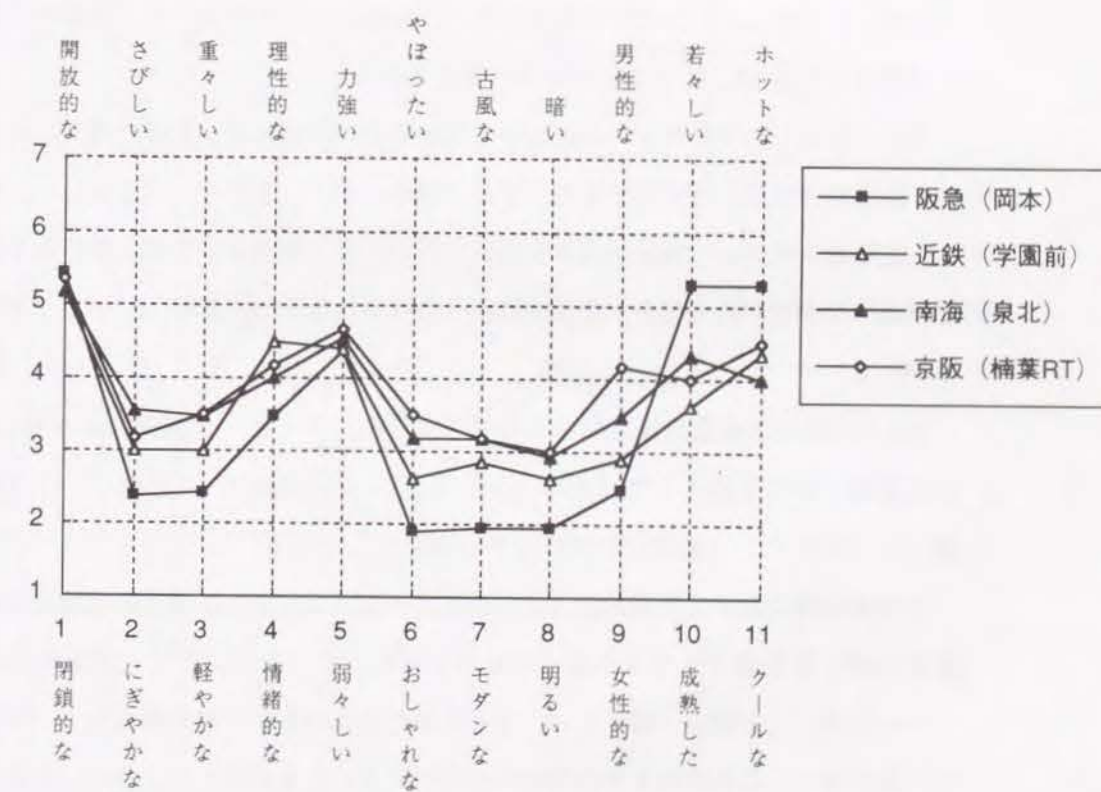


図6-3-12 住宅地（固有名詞）のプロフィール

とを示しているとともに、ゲシュタルト心理学的に考えると、まさしく「住宅地」は「地」として評価されていることを表している。こうした「住宅地」という「地」の上に多様な「図」を描くことにより、地域の個性が明確にされと考えられる。

一方、図6-3-12に示すように固有名詞を取り上げて各鉄道沿線における具体的な住宅地のイメージプロフィールの分布を見ると、普通名詞のものと全く異なったものとなっている。ここでは「どちらでもない」という4の値の回答は少なく、調査対象者は明確にそれぞれの形容詞対について判断を行っているように考えられる。

その結果、各固有名詞のイメージプロフィールの形は、全体としては似ているものの、よく見ると大きく二つのグループに分けられる。そのグループのひとつが南海の「泉北ニュータウン」と京阪の「楠葉ローズタウン」である。これは共に従来からの既成市街地と異なり、「ニュータウン」として戦後新規に大規模開発された住宅団地であるために、その評価に類似性が出てきたように考えられる。

阪急の「岡本」と近鉄の「学園前」は、イメージプロフィールが類似したもう一つのグループである。これは共に第二次世界大戦以前から良好な住宅地の形成が行われ、現在もそれぞれの沿線における有数の高級住宅地として知られていることもあり、[おしゃれ] [モダン] [明るい] などの評価がされ、「泉北ニュータウン」や「楠葉ローズタウン」とは異なった評価になっているように考えられる。

また「岡本」のプロフィールについては阪急の「沿線地域」と似た傾向にある。固有名詞の鉄道の「阪急」と同様である。また「岡本」が[にぎやか] [若々しい] などと評価されている点については阪急岡本駅周辺に甲南大学・甲南女子大学・神戸女子薬科大学などの多くの学校があり若者が集まる場所となっていることも影響していると考えられる。

(3) 山

図6-3-13には各鉄道沿線における普通名詞「山」のイメージプロフィール、図6-3-14には各沿線の固有名詞として「六甲山」（阪急）、「生駒山」（近鉄）、「高野山」（南海）、「六甲山」（阪神）のプロフィールを示している。

各鉄道沿線において普通名詞「山」のイメージプロフィールは「住宅地」ほどの類似性はないが、各沿線とも大きく違ったものとはなっていない。ただ、京阪の「山」のプロフィールは、[力強い-弱々しい]などで他の沿線のものと若干異なっているように見える。おそらく、これは第4章の想起率の分析においても紹介したように、京阪沿線周辺にはランドマークとなるような「山」が乏しく、「山」の想起率も37.1%と小さかった。そしてランドマークとしては「河川」、特に「淀川」がその役割を果たしていることを見い

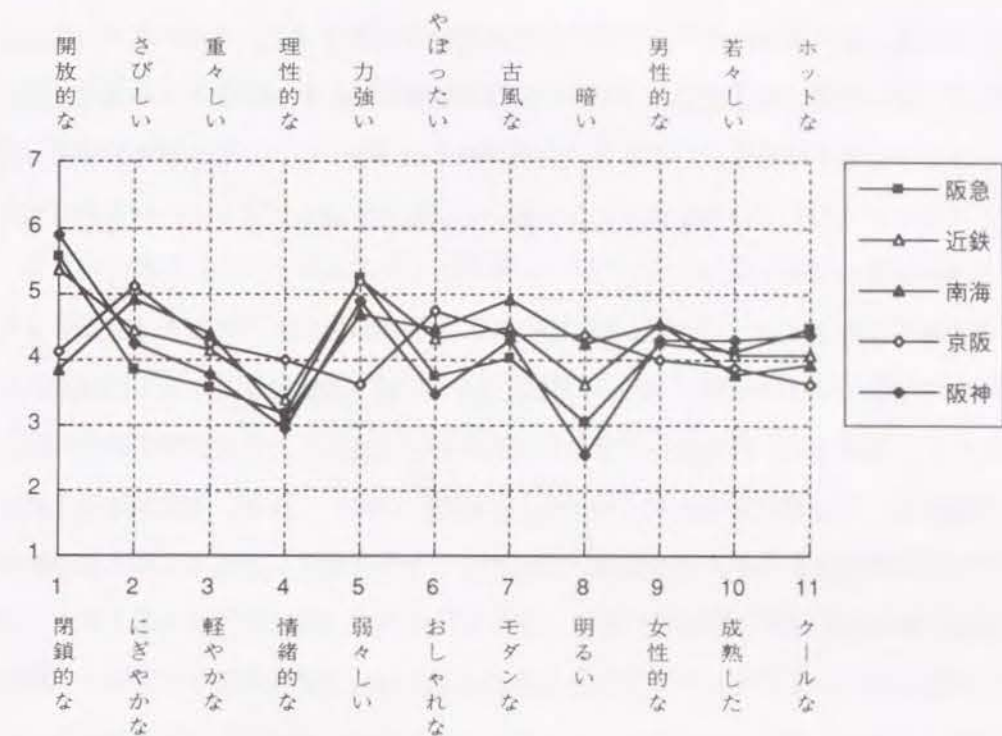


図6-3-13 山（普通名詞）のイメージプロフィール

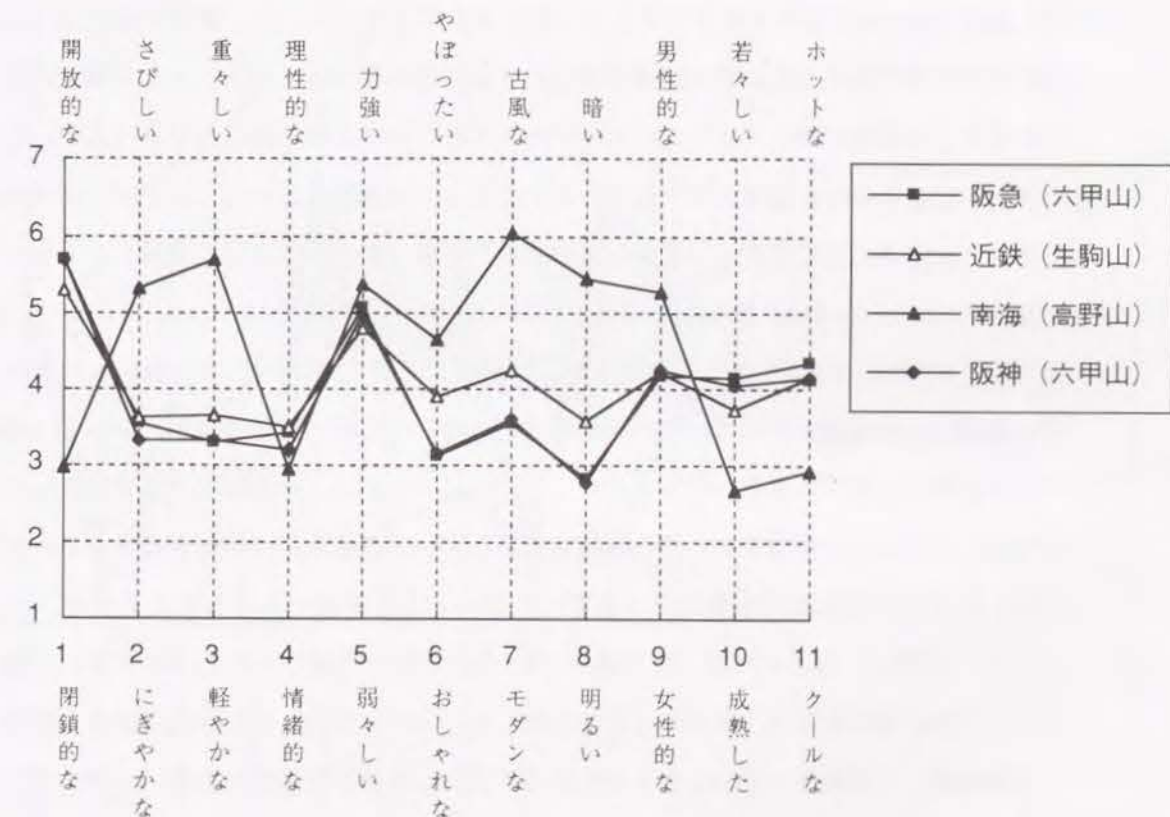


図6-3-14 山（固有名詞）のイメージプロフィール

だした。また第5章の連想確率の分析でも、京阪沿線の場合は「山」について具体的な概念に乏しく、そのために普通名詞の「山」の地物連結度も1と小さな値であったことと類似しているように考えられる。このように京阪沿線では「山」について、調査対象者が具体的なものをイメージして評価を行うことが難しく、他の沿線のプロフィールと異なったものとなったように考えられる。

次に各沿線の固有名詞について図6-3-14を見ると、個別の山によって大きくプロフィールが異なっていることがわかる。特に「高野山」（南海）は信仰の山であり「閉鎖的」「さびしい」「重々しい」「古風」「暗い」「男性的」「成熟した」と評価されている。一方、「高野山」の対極にあるのが「六甲山」（阪急、阪神）である。市街地からも近くドライブウェイや山上にホテルや牧場など観光コースも多くあり、山上からの大阪湾の夜景も「100万弗の夜景」として有名である。こうした点から「開放的」「おしゃれ」「明るい」と評価されているのである。「生駒山」（近鉄）は「高野山」と「六甲山」に挟まれて、やや「六甲山」に近いプロフィールとなっているのは、やはりドライブウェイや山上遊園地があり、夜景も有名であることによるものと考えられる。

SD調査の対象として、表6-2-3に示すように「六甲山」の回答率は阪急で38.5%で2位、阪神で38.3%と3位であり両者ともに高い選択率となっている。調査対象者は、各鉄道沿線在住者であるため、他の構成地物に対する評価は異なっている。しかも調査時点についても1年程度の隔たりがあるにもかかわらず、この二つの沿線における「六甲山」のイメージプロフィールは驚くほど似ている。これより阪神間において「六甲山」は突出したランドマークとして存在し、広範な地域にわたり多くの人々によって共通したイメージが抱かれているということがわかる。

この「六甲山」のようなランドマーク的に存在する固有名詞の山は地域イメージの中で、確固とした評価がされていることが考えられる。したがって地域計画において、地域の人々に熟知されているランドマークとしての山については、その地域の多くの人々の間で共通したイメージが抱かれ、その評価も安定している特徴を持つ計画要素であると思われる。こうした傾向は「生駒山」「高野山」についても同様であると考えられる。

また「六甲山」のイメージプロフィールについては、「おしゃれ」「モダン」「明るい」などで評価が大きく、阪急の「沿線地域」のイメージ評価と似た傾向にあり、阪神の「沿線地域」とは異なっていることがわかる。これは阪急が阪神間の山側（六甲山側）に路線を持つために、「六甲山」の評価と阪急の「沿線地域」の評価が類似したものになったというように考えられる。

なお、「六甲山」について調査対象者や実査の時期も異なっているのにもかかわらず、ここで示すような阪急、阪神で極めて似たイメージプロフィールが得られたということは、調査手法としてのSD法の安定性・信頼性を示すものと思われる。

(4) イベント

沿線の地域イメージを形成する計画要素としてイベントは物的なモノではないが、ソフトな事柄として重要であることは既に第4章で示している。

図6-3-15には、各鉄道沿線における固有名詞のイベントでSD法についての選択率の高いものに着目して、そのイメージプロフィールをまとめたものを示す。ここで取り上げたものは「宝塚歌劇」（阪急）、「ラグビー」（近鉄）、「岸和田だんじり祭」（南海）、「枚方菊人形」（京阪）、「阪神タイガース」（阪神）である。これらは同じイベントとして一括でまとめているが、その内容は芸能、スポーツ、祭、文字どおりのイベントなど多様であり当然その評価も異なってくるため、そのイメージプロフィールも非常に異なったものとなっている。

「宝塚歌劇」は「おしゃれ」「女性的」であり、「岸和田だんじり祭」は「情緒的」

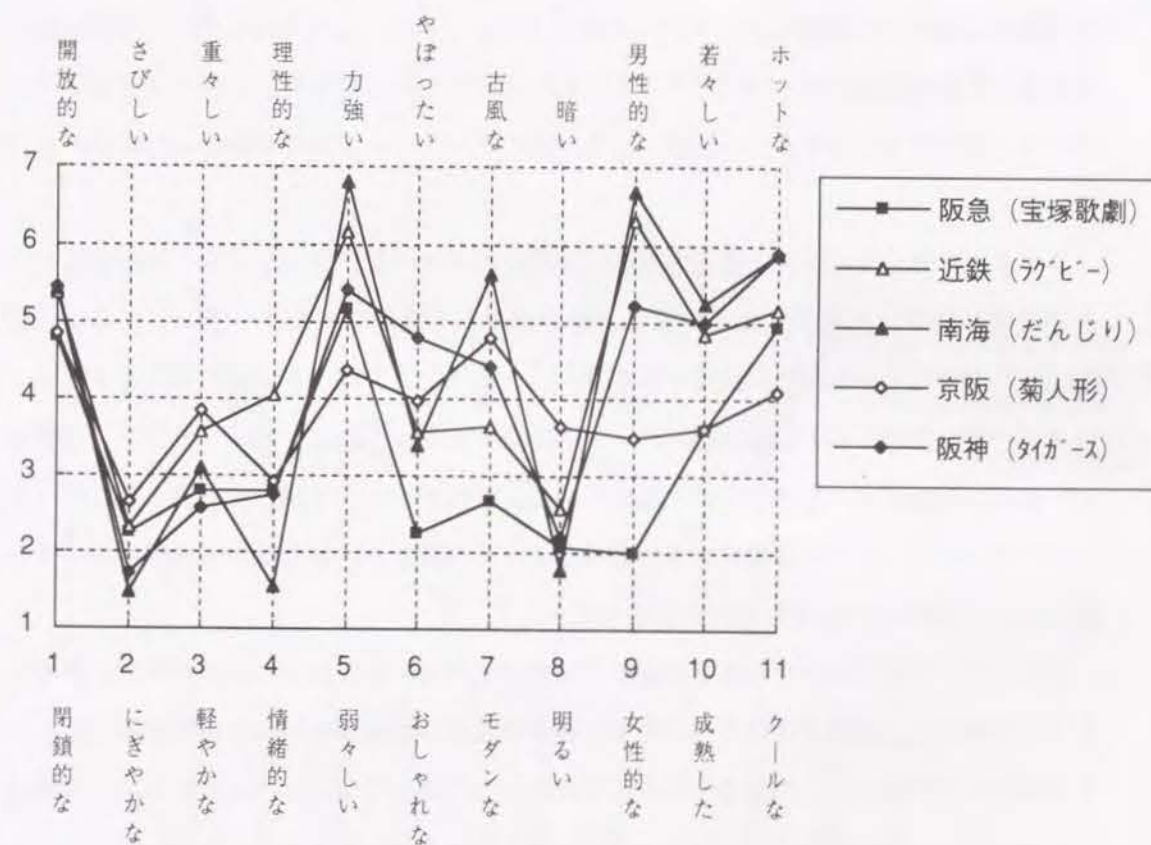


図6-3-15 イベント（固有名詞）のイメージプロフィール

で、[力強く] [古風] [男性的] [ホット]であると評価されている。「ラグビー」や「阪神タイガース」は、「岸和田だんじり祭」に似たプロフィールとなっている。「ラグビー」「岸和田だんじり祭」「阪神タイガース」は、応援を含めて参加型のイベントであるのに対して「枚方菊人形」は、主に鑑賞を行う静的なものであるために、他の沿線のものよりもやや4の「どちらでもない」に回答が集まったように考えられる。

また「宝塚歌劇」は阪急の「沿線地域」のイメージプロフィールの特徴である、[おしゃれ] [モダン] [明るい] [女性的]と評価されており、こうした評価が沿線地域全体の評価に関係しているように考えられる。

(5) 公園

普通名詞の「公園」についてのイメージプロフィールは図6-3-16に示している。既に見たように普通名詞は一般的な日常生活圏をイメージして回答されているので、ここで示した「公園」のプロフィールも当然、日常生活圏内に設置されている普通の公園のイメージで回答されているように考えられる。そのせいか各鉄道沿線におけるプロフィールについても大きな差は見られない。

次に、普通名詞の「公園」と対応する固有名詞ということでは意味的に異なるが、各鉄道沿線に立地する代表的なテーマパークのイメージプロフィールを示したものが図6-3-17である。各鉄道沿線のテーマパークともに似た評価がされているが、阪急の「宝塚ファミリーランド」で[にぎやか] [力強い] など他のテーマパークとやや異なった評価がされている。

このようなテーマパークと普通名詞の「公園」のイメージプロフィールを比較すると、その評価の傾向は大変よく似ていることがわかる。「宝塚ファミリーランド」についても、これまで見てきた阪急の鉄道、住宅地、山、イベントに関する固有名詞のイメージプロフィールと比較すると沿線地域イメージの特徴である、[おしゃれ] [モダン] [明るい] などの評価がやや小さなものとなっている。したがって、本調査で対象としたテーマパークについてイメージ評価に大きな差はなく、その評価の内容も日常生活圏にある「公園」と似た傾向にあることが明かとなった。

但し、ここで取り上げた各鉄道沿線のテーマパークは、主に幼児や小学生など子供連れを主に対象とした家族向けのものであり、調査対象者の意識の中では日常生活圏に存在する公園と似た評価となったものとも考えられる。したがってテーマパークについても東京ディズニーランドや長崎のハウステンボスなど、大人も対象とするものであれば、これとはまた異なった評価がなされるようにも考えられる。

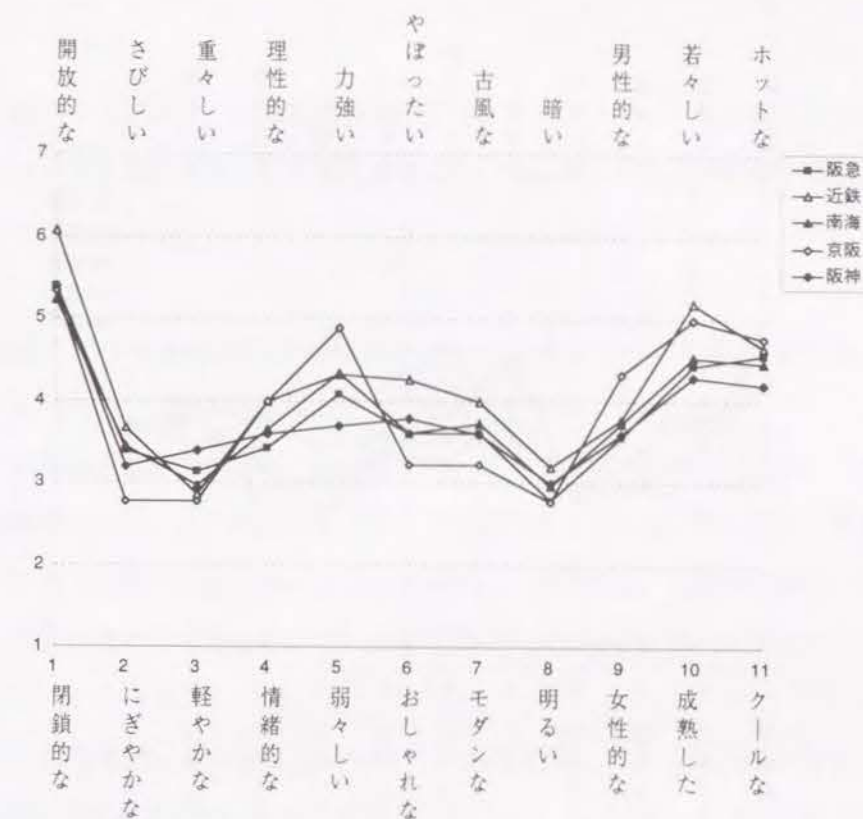


図6-3-16 公園（普通名詞）のイメージプロフィール

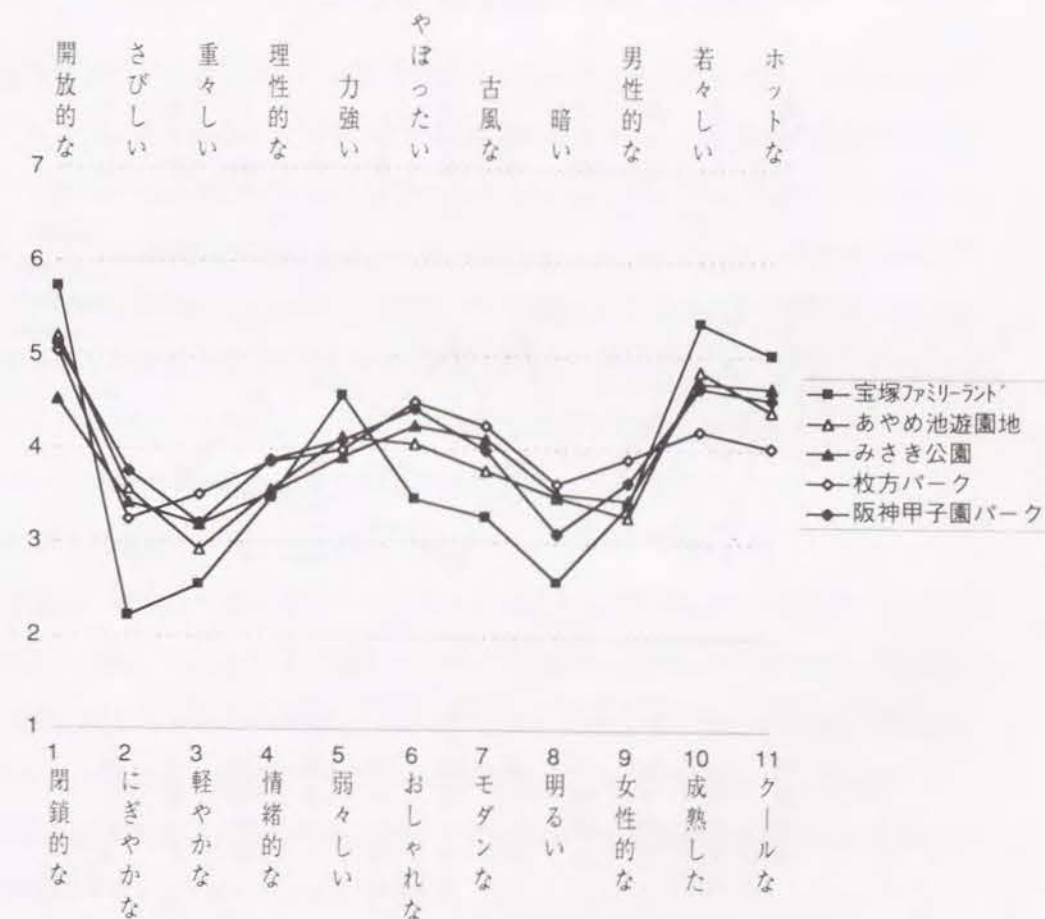


図6-3-17 公園（固有名詞）のイメージプロフィール

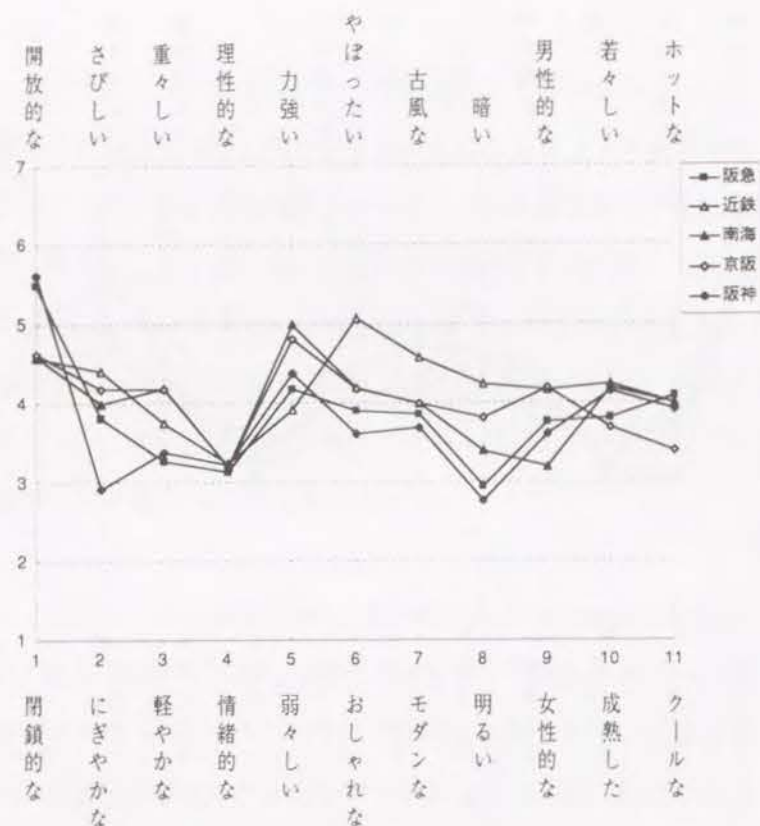


図6-3-18 河川（普通名詞）イメージプロフィール

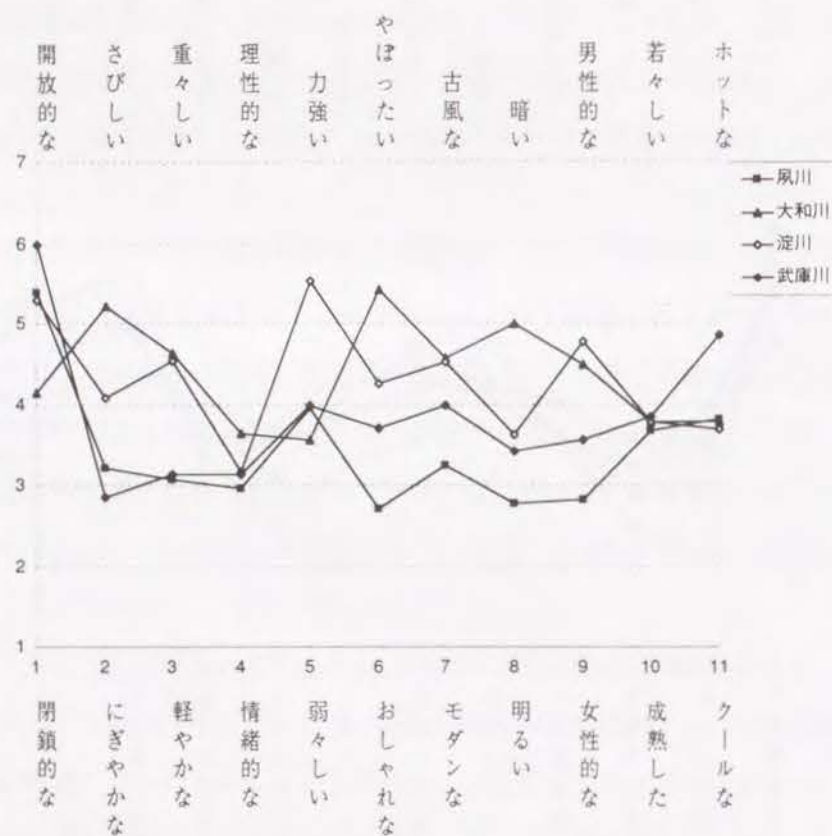


図6-3-19 河川（固有名称）イメージプロフィール

ただこの結果から見れば、地域計画の計画要素としてテーマパークを取り上げ、それを軸に地域イメージを牽引することを考える場合に、その内容を十分に吟味する必要があることが明かとなった。

(6) 河川

各鉄道沿線ごとの普通名詞の「河川」のイメージプロフィールを図6-3-18に示し、固有名称の河川については図6-3-19に示したものとなっている。

これより、普通名詞については、近鉄の「山」で、[やほったい] [古風] [暗い] と他の鉄道沿線の「河川」と評価が異なっているものがあるものの、基本的に各鉄道沿線のイメージプロフィールとも似た傾向となっていることがわかる。近鉄の「河川」の評価については「山」の場合の京阪と同様で、沿線周辺に特に著名な固有名称を有する河川が乏しいためではないかと考えられる。

したがって固有名称についても近鉄では、SD調査に関して多くの回答が得られなかった。そのために図6-3-19では近鉄の固有名称の河川のイメージプロフィールを除いて「夙川」（阪急）、「大和川」（南海）、「淀川」（京阪）、「武庫川」（阪神）のものを示している。

固有名称のイメージプロフィールが普通名詞のものと異なっているのは、同じ自然の地物であっても「山」とは異なり、「河川」の特徴であるといえる。各沿線の固有名称の河川についてはそれぞれについて独自の評価がされている。「夙川」（阪急）は[おしゃれ] [明るい] [女性的] と評価され、大和川（南海）は[さびしい] [やほったい] [暗い] という評価をうけ、「淀川」（京阪）は[力強い] 「武庫川」（阪神）は[開放的] [にぎやか] と評価されている。

また、ここで阪急の「夙川」は、これまでの阪急の固有名称と同様に、その「沿線地域」のイメージプロフィールと似た傾向を示していることがわかる。

(7) 商店街・百貨店

商業系の施設に関するイメージプロフィールを確認するために、各鉄道沿線のSD調査に対する選択率の高い構成地物を把握するために、表6-3-2と表6-3-3をみると、普通名詞では「商店街」であり、固有名称については各沿線に立地する百貨店であることがわかる。「商店街」と百貨店とは必ずしも対応した計画要素であるとは考えられないが、ここでは商業系の施設を普通名詞では「商店街」、固有名称では各沿線に立地している百貨店として各沿線のイメージプロフィールを作成した。

普通名詞の「商店街」についてイメージプロフィールを示したものが図6-3-20であり、



図6-3-20 商店街（普通名詞）のイメージプロフィール

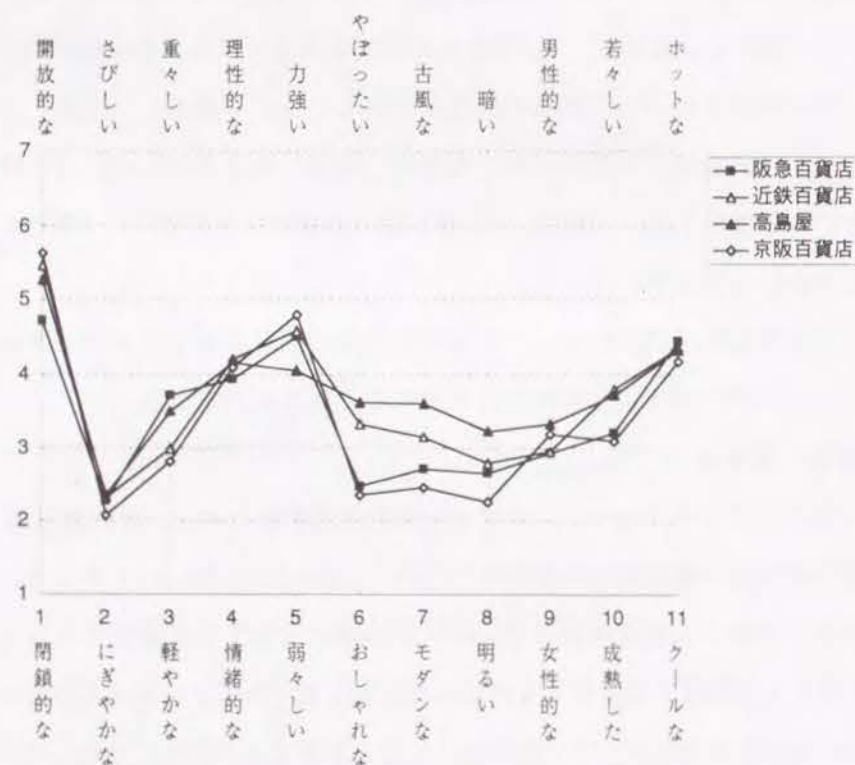


図6-3-21 百貨店（固有名詞）のイメージプロフィール

各鉄道沿線に立地する固有名詞を持つ百貨店に関するプロフィールを示したが図6-3-21である。ここで分析に用いた固有名詞の各百貨店は「阪急百貨店」（阪急）、「近鉄百貨店」（近鉄）、「高島屋」（南海）、「京阪百貨店」（京阪）である。

普通名詞の「商店街」のイメージプロフィールについては、各沿線ともに評価に大きな差はなく、[開放的な] [にぎやかな] [やほったい] [古風な] [明るい] などの項目で評価されていることがわかる。

各沿線に立地している固有名詞の各百貨店間のイメージ評価については、全体的な傾向に大きな差はないようである。

「阪急百貨店」の場合、本章でみた他の阪急沿線の固有名詞と同様に、「沿線地域」のイメージの評価と類似したものとなっており、沿線地域イメージの評価と関連することがわかる。

ただ、百貨店については「阪急百貨店」の評価のみが突出したものとなっているのではなく、「京阪百貨店」も似た傾向にあり、[おしゃれ] [モダン] と評価されていることがわかる。

また普通名詞の「商店街」と固有名詞の各百貨店のイメージプロフィールの差を見ると、各鉄道沿線ともに百貨店の方が「商店街」に比べて、[開放的] [にぎやか] で大きく評価をされ、[やほったい-おしゃれな] [古風な-モダンな] については「商店街」が、[やほったい] [古風] と評価され、「百貨店」で、[おしゃれ] [モダン] と逆転した評価がされていることがわかる。直接的に普通名詞で「商店街」と百貨店の評価の対比を行っているのではないが、これをみると旧来の商店街が、人々からどのように評価されているのかが理解できる。

(8) イメージプロフィールのまとめ

ここでは「まち」と「各鉄道沿線地域」をはじめ、各鉄道沿線における7組の普通名詞と固有名詞についてのイメージ評価の差、あるいは沿線ごとの評価の違いについてSD法によるイメージプロフィールを用いて対比的に考察した。

これより普通名詞と固有名詞のイメージプロフィールが類似しているものに「鉄道」、「公園」があることがわかった。ここで普通名詞の「公園」に対応しているとして取り上げた固有名詞は、各鉄道沿線に立地している主に家族連れを対象としたテーマパークである。「公園」とテーマパークでは都市計画における機能・位置づけは異なるものと考えられるが、そのイメージについての評価は類似した傾向があることが明かとなった。したがって、テーマパークや「公園」を地域のイメージ形成のための計画要素として考える場

合に、その企画内容を十分に吟味するとともに、いかなるイメージ評価を期待するのかについても十分な注意が必要となるものと考えられる。

各普通名詞について各鉄道沿線間ごとにイメージプロフィールを見た場合に、イメージ評価の差はほとんどない。一方、固有名詞については山、イベント、河川で各沿線間に大きなイメージ評価の差が見られた。

山、河川という自然の地物に関して評価の差が大きくなる点については、ランドマークとなるような自然地物は地域で全体で明確なイメージを抱かれ、評価も明確であることを示すものである。したがってランドマーク的な、これら自然の地物については地域イメージに大きな影響を持つものであると言えることができる。また、六甲山のように地域のランドマークであるようなものについては阪急・阪神の両者の沿線にわたって共通の評価となっていることも明かとなった。

イベントについては、その内容も多種多様であり評価も異なっている。

また、各鉄道の「沿線地域」に関するイメージプロフィールでは阪急のものが、他の「沿線地域」と異なり、[おしゃれ] [モダン] [明るい] [女性的] と評価されている。この傾向は他の固有名詞の場合でも同様のものがあり、鉄道・「阪急」、住宅地・「岡本」、山・「六甲山」、イベント・「宝塚歌劇」、河川・「夙川」では、他の鉄道沿線とは異なり、阪急の「沿線地域」と同様の評価がされていることが明らかになった。このような各固有名詞は「沿線地域」の地域イメージを構成する重要な要素であり、こうした評価の集合が、阪急の「沿線地域」についてのイメージ評価に影響しているものと考えられる。

6.4 因子分析を用いた沿線地域イメージの評価

6.4.1 因子分析を用いた「まち」と「沿線地域」のイメージ評価

前節でイメージプロフィールの考察を行った、鉄道沿線における「まち」及び「沿線地域」に関する評価構造を把握するために、5つの沿線について「まち」と「沿線地域」について11組の形容詞対を用いた因子分析を行った。このデータケースは各鉄道沿線の調査対象者による回答数であり、この場合は各鉄道沿線の総回答数449である。

因子分析の結果を表6-4-1に示す。

これより、第1因子は[明るい-暗い]や[おしゃれな-やぼったい]、[モダンな-古風な]などまちの様子を表す形容詞対の因子負荷量が大きく、これは、まちの建物や

人々の様子、風景などの評価を表す軸と解釈でき、<まちの表情>を示す軸と呼ぶことにする。

第2因子は[弱々しい-力強い] [女性的な-男性的な] [クール-ホットな]という形容詞対の因子負荷量が大き

く、地域の活動性に関する軸と解釈でき、<女性性・男性性>を示す軸と呼ぶ。

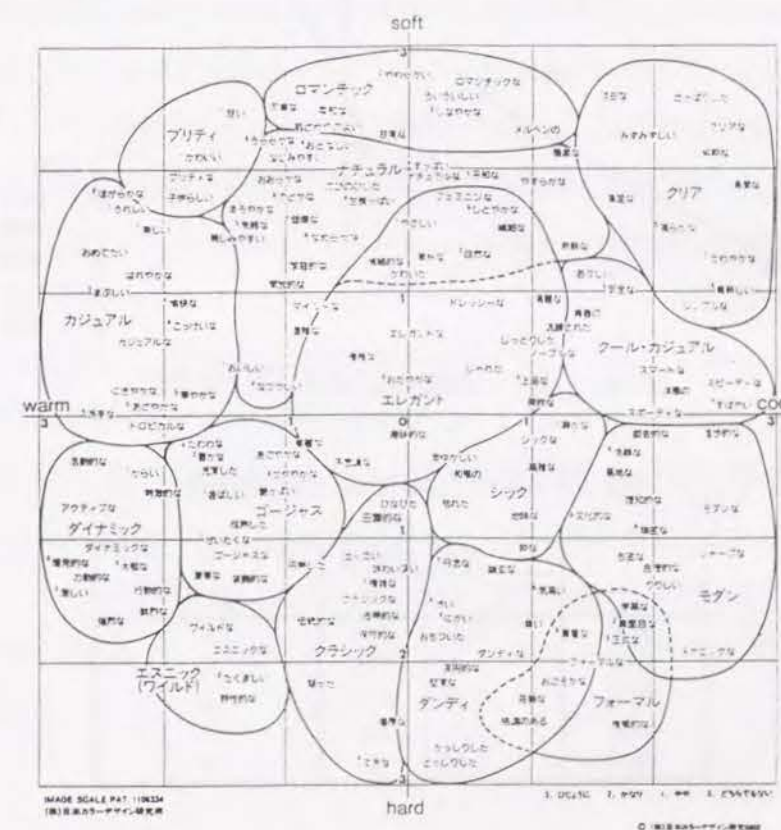
第3因子の中では[弱々しい-力強い]の因子負荷量が最も大きく<力量性>を示す軸であると解釈することができる。ただ第3因子については寄与率が9.6%と小さく、これ以降は、第1因子と第2因子を中心にして考察を行うものとする。

次に、第1因子の<まちの表情>軸と第2因子の<女性性・男性性>軸の二つの軸の意味付けについて考える。そのためには例えば<まちの表情>が[明るい-暗い]などと考

表6-4-1 まち・沿線地域（5鉄道沿線）の因子分析結果

	因子1	因子2	因子3
閉鎖的な-開放的な	-0.739	0.203	-0.008
にぎやかな-さびしい	0.713	-0.141	0.028
軽やかな-重々しい	0.714	-0.031	0.198
情緒的な-理性的な	-0.040	-0.102	0.159
弱々しい-力強い	-0.583	0.491	0.384
おしゃれな-やぼったい	0.817	0.307	-0.066
モダンな-古風な	0.767	0.346	-0.046
明るい-暗い	0.882	0.078	-0.025
女性的な-男性的な	0.351	0.482	0.098
成熟した-若々しい	-0.181	0.238	-0.257
クールな-ホットな	-0.366	0.427	-0.257
寄与率	41.7%	13.8%	9.6%

図6-4-1 言語のイメージスケール(参考文献11より)



えるのでは、その因子の内包する意味の解釈が平板になるおそれがある。ここで図6-4-1は小林重順によって景観計画や色彩計画を行うために開発された言語イメージ・スケール¹¹⁾である。これは縦軸がSOFT/HARD、横軸がWARM/COOLという2軸上に言語のイメージ的な位置が定められ、言語イメージとカラーイメージとの関係についても別に考察されている。本研究における第1因子である「まちの表情」はHARD/SOFTとも解釈でき、第2因子の「女性性・男性性」の軸についてはWARM/COOLと解釈することができるため、図6-4-1で示される言語スケールと類似した結果が得られたものと考えられる。

こうした考え方を背景として第1因子の「まちの表情」軸と第2因子の「女性性・男性性」軸の二つの軸上に各鉄道における「まち」と「沿線地域」の因子スコアを布置したも

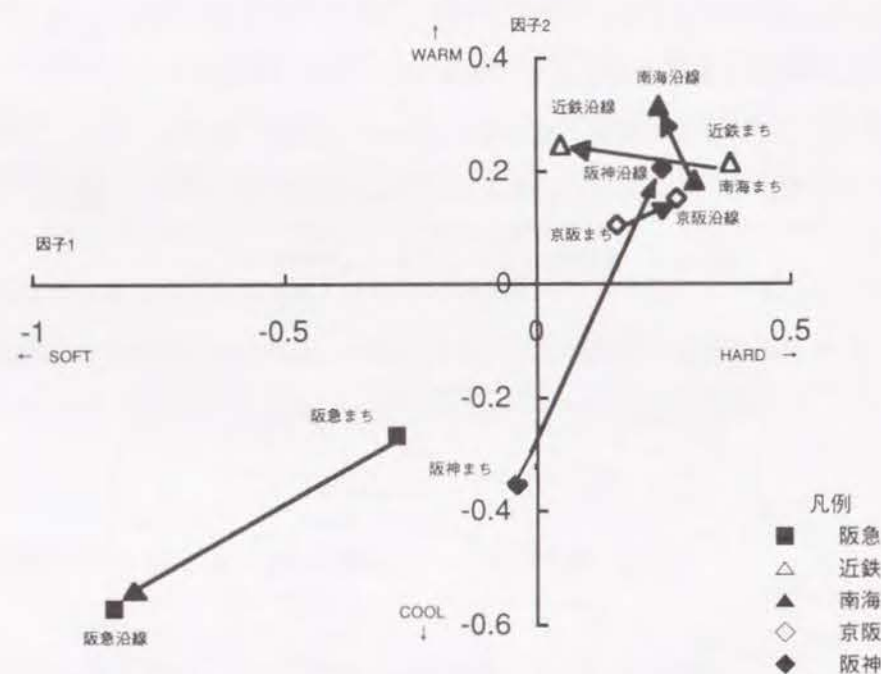


図6-4-2 まち・沿線地域の因子スコア布置図

表6-4-2 まち・沿線地域の個性評価値

	個性 評価値		ピザ・チャート 区分
	L	θ	
阪急	0.64	-151	V
近鉄	0.32	175	IV
南海	0.15	117	III
京阪	0.13	22	I
阪神	0.63	62	II

のが図6-4-2である。ここで、各軸上の方向性を表現する言葉について「明るいー暗い」や「クールなーホットな」よりも表6-4-2に示すような背景があることを示すために第1軸についてはHARD/SOFT、第2軸についてはWARM/COOLで表現することにした。

ここで同一の沿線地域については調査対象者は「まち」「沿線地域」ともに共通であり、「まち」と「沿線地域」についてのイメージ評価のギャップを把握するために因子軸上における差を把握することにした。これは佐佐木綱らが計画要素に関して評価のギャップから計画の動機を探してみようことを提案¹²⁾していることを参考にして考えたものである。

これより近鉄・南海・京阪では「まち」も「沿線地域」もHARDでWARMという第1象現に位置し、一方阪急では「まち」、「沿線地域」ともにSOFTでCOOLな第3象現の位置にある。また阪神の「まち」はHARDでWARMな第1象現の位置にあったが、「沿線地域」になると第2因子が一気にCOOLに動いて第3象現に移動している。

表6-4-2において第1象現には、優雅な、伝統的な、土臭い、丈夫な、保守的ななどの言葉が含まれ、第3象現には自然な、しなやかな、都会的な、スマートな、進歩的な、さわやかななどの言葉が含まれていることから、各鉄道のイメージ評価の概要が把握できる。

第4章、第5章でも述べたように普通名詞に関する「まち」は比較的一般的な日常生活圏をイメージして回答されている傾向にある。また固有名詞による地域イメージの設問となる「沿線沿線」の場合は各鉄道沿線固有の特徴が明確になる傾向にある。このことから、図6-4-2に示す各鉄道の「まち」については鉄道沿線における一般的な日常生活圏に対するイメージ上の評価であり、「沿線沿線」では各鉄道沿線地域の固有性から見た評価がなされているように考えることができる。また各沿線ごとに「まち」と「沿線沿線」のSD調査の回答者は同一であり、「まち」から「沿線」への評価の差を調査対象者ごとに見出すことができるものとなっている。

こうした視点から、図6-4-2における各沿線の「まち」から「沿線地域」への図上の位置の変化である、矢印の方向を見ると阪急は、よりSOFTでCOOLな方向に向かっていく。これと対極にあるのが京阪・阪神であり、京阪は変化が小さく、阪神は変化が大きい。両者は共に、よりHARDでWARMな方向にシフトしていることがわかる。また近鉄については、よりSOFTな方向に、南海はWARMな方向に変化をしている。このように「まち」の評価と対比により、各鉄道の「沿線地域」に関する評価の特徴が明確に把握されることがわかる。

6.4.2 個性評価値とビザ・チャート

「まち」の評価から「沿線地域」の評価の変化を示す矢印は、それぞれの沿線の個性の特徴を評価する指標となるものと考えられる。そこで、図6-4-2における矢印の方向 θ と長さ L から構成される指標を個性評価値 V として定義し、この結果を表6-4-2に示した。

$$v = f(L, \theta) \quad (6-1)$$

V : 個性評価値

L : 固有名詞と普通名詞間の距離

θ : 固有名詞と普通名詞間の角度

この個性評価値を用いて各沿線の「まち」から「沿線地域」へのイメージ評価の変化についての考察を行う。個性評価値の意味は、「まち」を原点に置き、「沿線地域」に向かう角度 θ からイメージ評価の変化や個性化の方向を読みとろうとするものである。また「まち」と「沿線地域」の間の距離 L についてはイメージ評価の変化や個性化の程度の大小を表す指標であると考えられる。

個性評価値による「まち」から「沿線地域」についてのイメージ評価の変化の意味をより鮮明に把握するためには、評価に関する変化の意味を把握することが必要となる。

それをここでは、図6-4-2に示す第1因子軸と第2因子軸により4分割される空間をさらに、それぞれ2分割し、全体を合計8分割することにより、イメージ評価の変化方向の概略がわかるようにした。さらに、8分割された空間の意味づけを行うために、図6-4-1に示したWARM/COOLとHARD/SOFTの軸上に布置された言語イメージ・スケールをもとに地域計画や都市計画に用いることが可能と思われる言語を抽出し、言語グループを代表すると思われることばを、それぞれの分割された空間に布置した。このようにして作成した個性評価を行うための指標としたものが図6-4-3のビザ・チャートである。

ビザ・チャートにおけるIからVIIIまでの区分に関して意味付けに用いた言語は、図6-4-1の中より地域イメージを考えるためにふさわしいと思われるものを選択したものである。したがって、類似語との変更は当然可能である。参考のために表6-4-3には、ビザ・チャートで示す区分と、それに対応する言語のイメージスケールにおけるジャンルと、言語の例、および、その色彩イメージをまとめている¹²⁾。

したがって、ここで得られた評価の方向を示す言語を地域イメージ形成のための手がかりとすることや、これに対応する色彩を用いた景観計画などを行うことにより、地域の個性化を促進することが可能となるように考えられる。なお、ビザ・チャートの名称は、形

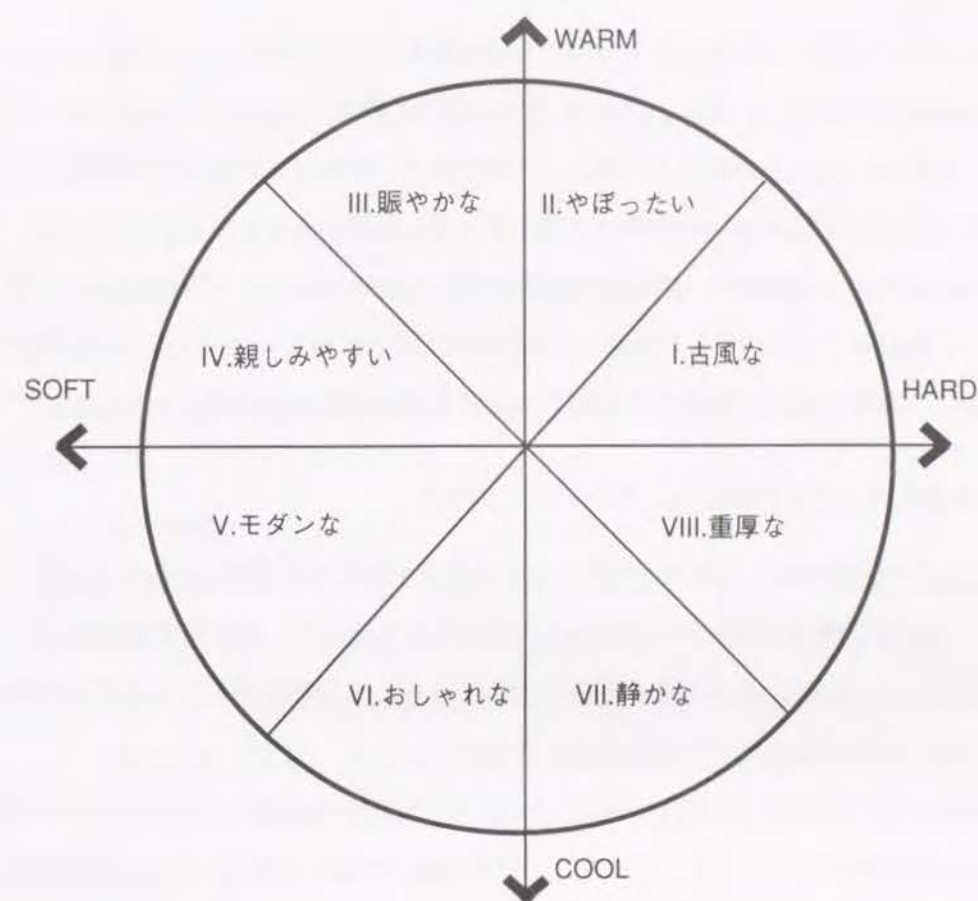


図6-4-3 ビザ・チャート（構成地物の個性評価）

表6-4-3 ビザ・チャートの区分と対応する言語と色彩

ビザ・チャート 区分	言語のジャンル	同じジャンルに含まれる言語の例	言語に対する色彩イメージ
I 古風な	クラシック ワイルド	保守的な、伝統的な たくましい、野性的な	茶ネズミ、ワイン、あやめ、焦茶 江戸紫、えび茶
II やぼったい	ダイナミック ゴージャス	活動的な、大胆な 充実した、成熟した	えんじ、パープル、京紫、橙褐色
III 賑やかな	カジュアル	華やかな、楽しい 懐かしい	赤、黄、ローズ・レッド
IV 親しみやすい	ナチュラル プリティ	健康な、おとなしい かわいい	黄緑、からし、ベージュ ピンク、ローズ
V モダンな	エレガント ロマンチック	繊細な、やさらかな 若々しい、しなやかな	ライラック、梅ねずみ、緑 クリーム、アイボリー、朱鷺色
VI おしゃれな	クリア クール・カジュアル	さわやかな、清楚な スマートな、洗練された	あい白、淡青、水色、空色 ライト・ブルー、サルビア、青磁
VII 静かな	シック モダン	静かな、高雅な 都会的な、文化的な	シー・グリーン、群青、若竹 ターコイズブルー、濃青、納戸ねずみ
VIII 重厚な	ダンディ フォーマル	幽玄な、丹念な 格調のある、荘厳な	モス・グレイ、紫ネズミ、紺 チャコール・グレイ、ブルーグレイ、鉄色

「言語のジャンル」から「言語に対する色彩イメージ」の欄については参考文献12)をもとに土井作成

状がピザ・パイに似ていることに由来するものである。

ピザ・チャートを用いると、「まち」に比べて「沿線地域」について、阪急では「モダンな」、近鉄は「親しみやすい」、南海は「賑やか」、京阪は「古風な」、阪神は「やばったい」という地域イメージが持たれているように解釈できる。

こうした個性化への動きが、各鉄道沿線の全体的な地域イメージの方向性であると考えられる。したがって、これからの地域イメージ形成を行うにあたっては、こうした方向を伸ばすこと、あるいは、この方向転換することを考えることになる。

6.4.3 普通名詞と固有名詞についてのイメージ評価

「まち」と「沿線地域」の場合と同じように各鉄道沿線の普通名詞及び固有名詞についてイメージ評価の構造を明らかにするために因子分析を行った。その結果は表6-4-3に示すようになっているが、これを見ると表6-4-1の「まち」「沿線地域」の因子分析結果と極めて類似したものとなっていることがわかる。

すなわち、第1因子は「明るいー暗い」をはじめ「軽やかなー重々しい」などの形容詞対の因子負荷量が大きくとする、「まち」「沿線地域」の場合と同様に「まちの表情」を表す軸であると解釈でき、SOFT/HARD軸とも対応すると考えられる。

第2因子は「女性的なー男性的な」「弱々しいー力強い」といった形容詞対の因子負荷量が大きく、やはり「女性性・男性性」を示す軸であり、WARM/COOL軸とも対応するように考えられる。

また、第3因子でも「弱々しいー力強い」の因子負荷量が大きく「力量性」を示す軸であるということが出来る。

さらに、普通名詞・固有名詞の場合は第4因子まで見いだされる。この第4因子につい

表6-4-4 普通名詞・固有名詞（5 鉄道沿線）の因子分析結果

	因子1	因子2	因子3	因子4
閉鎖的なー開放的な	-0.675	0.144	0.051	-0.094
にぎやかなーさびしい	0.667	-0.162	-0.006	0.019
軽やかなー重々しい	0.743	0	-0.278	0.055
情緒的なー理性的な	0.031	-0.135	-0.074	0.357
弱々しいー力強い	-0.381	0.56	-0.448	-0.01
おしゃれなーやばったい	0.676	0.348	0.255	0.106
モダンなー古風な	0.678	0.455	0.214	-0.328
明るいー暗い	0.857	0.011	0.042	0.127
女性的なー男性的な	0.214	0.596	-0.18	0.16
成熟したー若々しい	-0.349	0.251	0.335	0.302
クールなーホットな	-0.543	0.313	0.222	0.034
寄与率	37.20%	15.10%	9.70%	9.50%

ては「情緒的なー理性的な」「モダンなー古風な」「成熟したー若々しい」という形容詞対が他のものよりも因子負荷量が大きくなっていることより、これは「情緒性」の軸であると解釈できる。

この4つ因子のうち第3因子、第4因子は寄与率も小さく、ここでは「まち」「沿線地域」と同様に、第1因子の「まちの表情」軸と第2因子「女性性・男性性」軸に関して考察を行うことにする。

各鉄道沿線別の普通名詞と固有名詞の因子スコアを布置したものが図6-4-4から図6-4-8である。

(1) 阪急沿線

図6-4-4は阪急の因子スコアの布置図である。阪急では多くの普通名詞・固有名詞がII軸のCOOL側（女性側）に分布していることがわかる。この中でも普通名詞は、比較的原点を中心に分布しているが、固有名詞になると、I軸についてもSOFT側となり第3象限に多くのものが集中している。これより阪急の「沿線地域」が女性的なイメージとして評価されていたが、これを構成する具体的な固有名詞及び普通名詞についても、多くが女性的である評価されていることがわかる。

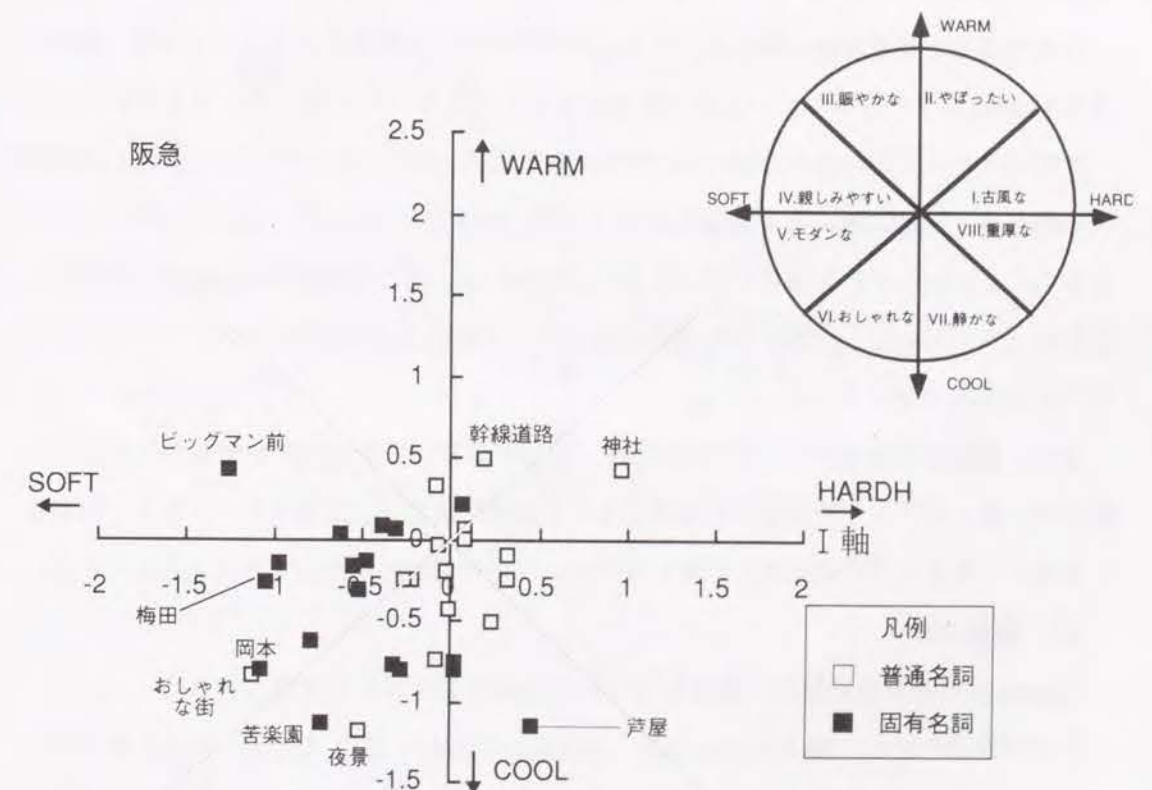


図6-4-4 普通名詞・固有名詞（阪急）：因子スコア布置図

また固有名詞は普通名詞に比べて、やや広く分布していることもわかる。これは固有名詞の方が、調査対象者から見れば、具体性が高く評価も明確なものが多くなるからであると考えられる。

ピザ・チャートにより普通名詞・固有名詞の評価を見ると、普通名詞については原点近傍に多く分布しているが、I軸で最もHARD側にある普通名詞の「神社」は区分Iの古風、一方I軸のCLEAR側には固有名詞の「ビッグマン前」（ビッグマンは梅田駅中央コンコースにある巨大なテレビ）があり、これは区分IVの親しみと評価されたものと解釈できる。II軸ではWARM（男性）側の普通名詞の「幹線道路」は区分IIのやぼったい、COOL側は普通名詞の「夜景」や固有名詞の「苦楽園」は区分VIのおしゃれ、[芦屋]は区分VIIの静かと評価されていると解釈できる。

また、阪急沿線においては、固有名詞の多くがピザ・チャートの区分IV、V、VIに分布しており、沿線全体として親しみ・モダン・おしゃれというように評価されているように考えられる。この評価が阪急の「沿線地域」の個性評価の方向であるモダンと関係するよう

(2) 近鉄沿線

図6-4-5は近鉄の因子スコアの布置図である。

近鉄の場合も普通名詞・固有名詞とも、原点を中心に各象限に分布しているが、II軸ではWARM側に多く分布している点で阪急のものとは異なった傾向にあることがわかる。

ピザ・チャートから見るとI軸のSOFT側にある固有名詞の「ミナミ」、「難波」は区分IVの親しみ、HARD側にある普通名詞の「工業」は区分Iであるが、これは古風というよりもたくましいなどと評価されているように思われる。同じくII軸のWARM側（男性側）にある「ラグビー」、「祭」は区分IIIの賑やか、「鶴橋」は区分IIのやぼったいと評価されているように考えられる。

また、近鉄の沿線全体については区分I、III、IV、VIに固有名詞が分布しており古風・賑やか・親しみ・おしゃれな沿線地域であると調査対象者から評価されているように考えられる。これから「沿線地域」の親しみやすいという個性評価が出てきたと考えられる。

(3) 南海沿線

図6-4-6は南海の普通名詞・固有名詞についての因子スコア布置図である。

南海の普通名詞も、I軸方向における「埋立地」やII軸の「祭」などが、突出したものとなっている以外は、阪急・近鉄と同様に固有名詞に比べて原点を中心に集中して分布していることがわかる。このうち「祭」については固有名詞の「岸和田だんじり祭」の評価と

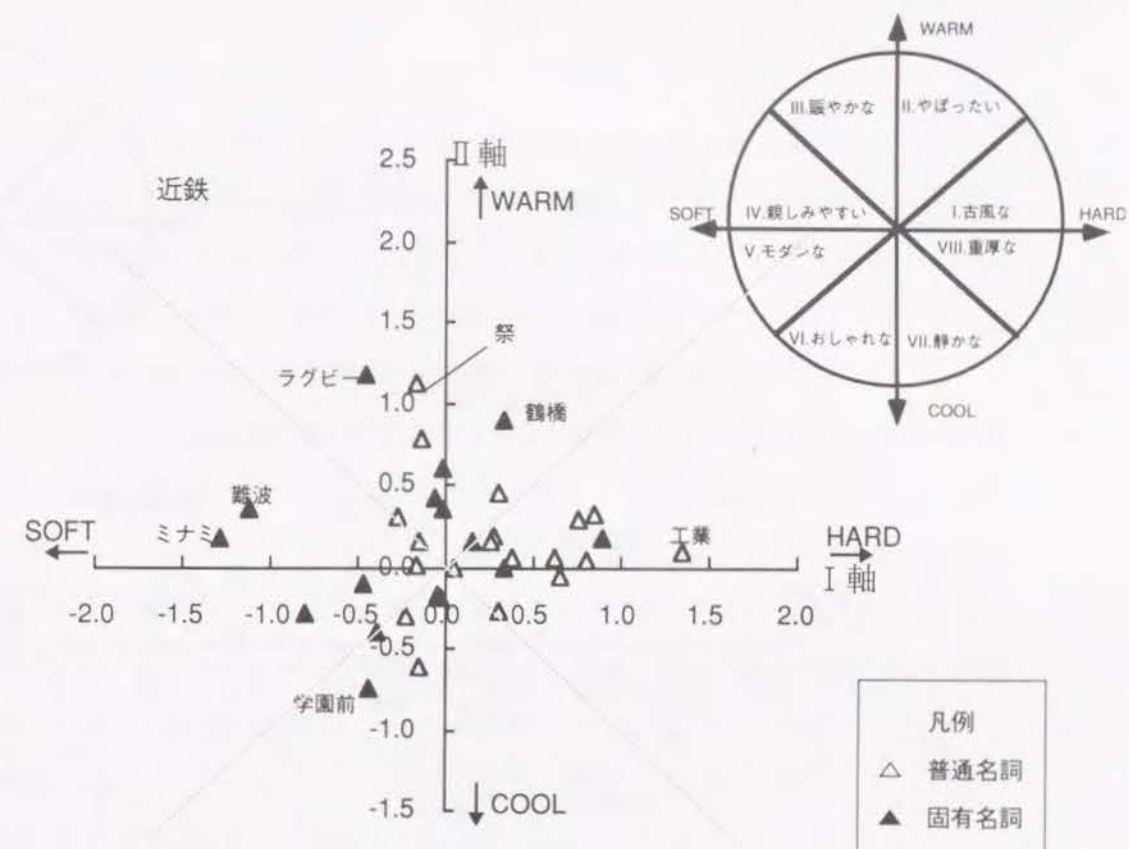


図6-4-5 普通名詞・固有名詞（近鉄）：因子スコア布置図

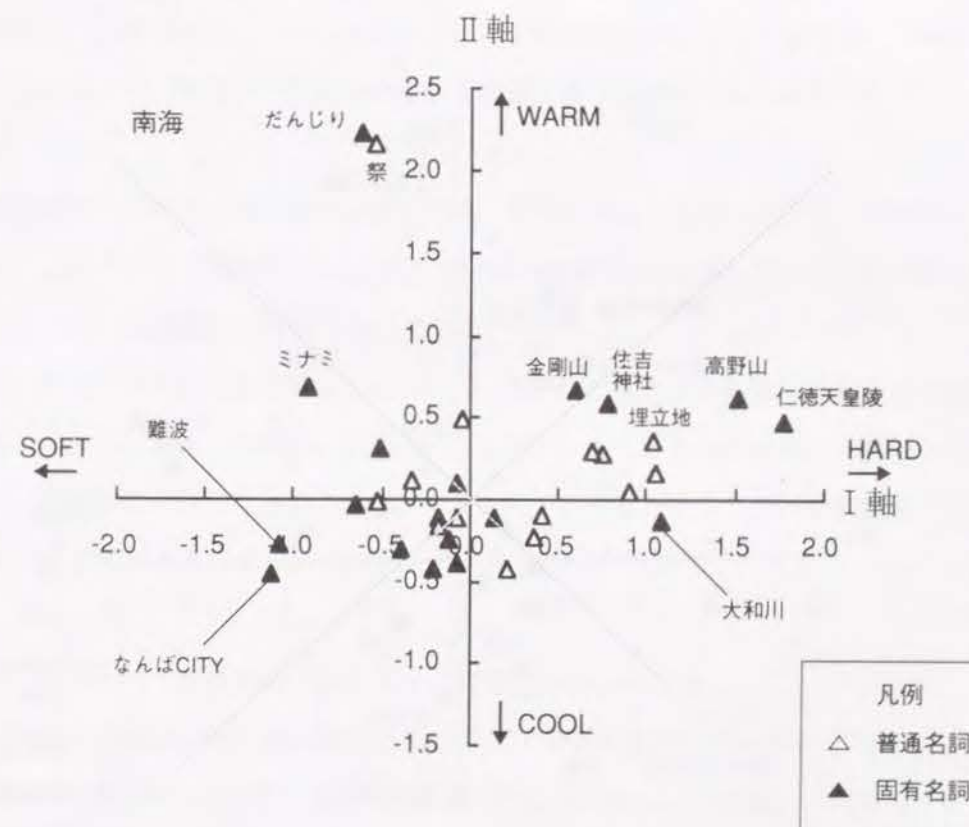


図6-4-6 普通名詞・固有名詞（南海）：因子スコア布置図

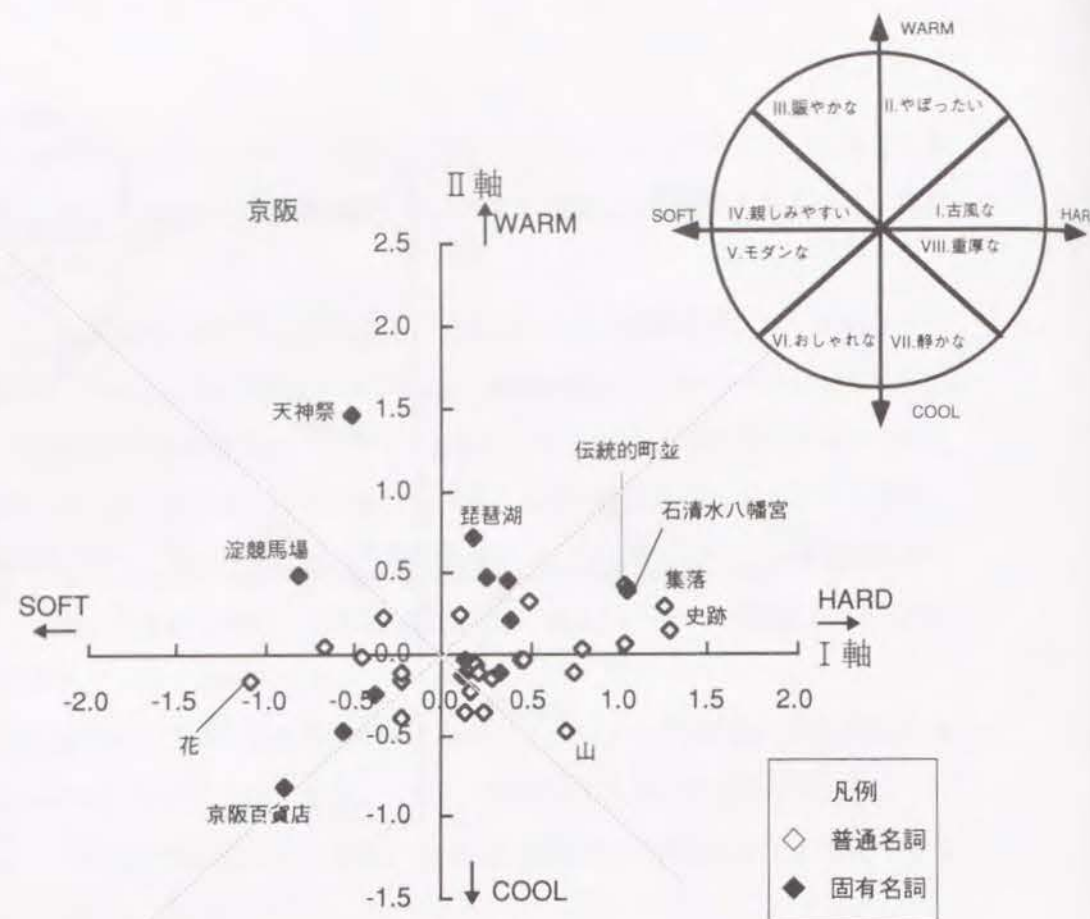


図6-4-7 普通名詞・固有名詞（京阪）：因子スコア布置図

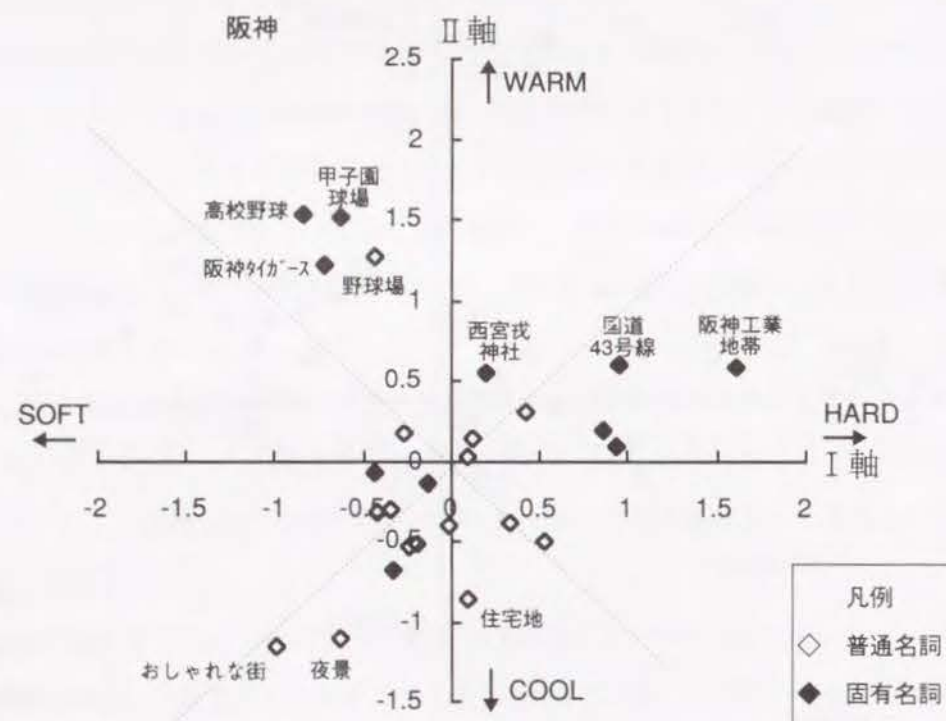


図6-4-8 普通名詞・固有名詞（阪神）：因子スコア布置図

類似した位置にあり、「岸和田だんじり祭」の影響が大きいと考えられる。

固有名詞については、普通名詞よりも広い範囲に分布しており、「岸和田だんじり祭」を除くと、II軸方向には幅が薄く、主にI軸に沿った分布であるといえる。このI軸ではHARD側に「仁徳天皇陵」「高野山」「大和川」、SOFT側で「なんばCITY」や「難波」、II軸ではWARM側に「岸和田だんじり祭」が突出したものとなっている。

ビザ・チャートで南海沿線地域の評価を固有名詞の分布から見ると、区分I、IV、Vに多く集まり、古風・親しみ・モダンと評価されているように考えられる。

ただ、このイメージ評価の中には南海の「沿線地域」の個性評価の方向である賑やかが出てこない。図6-4-5の中で区分IIIの賑やかに含まれるものは普通名詞の「祭」と固有名詞の「岸和田だんじり祭」である。こうした沿線地域を代表する祭が沿線の地域イメージに大きな影響をすることが理解される。

(4) 京阪沿線

図6-4-7は京阪の普通名詞・固有名詞の因子スコア布置図である。

京阪の普通名詞の分布は他の鉄道沿線と異なり、I軸については原点中心にHARD方向に長く、またII軸方向については分布の幅が狭くなっている。これは沿線に歴史的な地物が多く存在しているために、ビザ・チャートに示す区分Iの古風、VIIIの重厚という評価に対応する「史跡」や「集落」「伝統的町並」が普通名詞でも評価された結果であろうと考えられる。

固有名詞については、他の鉄道沿線と同様、普通名詞よりも幅広く分布したものとなっている。この中では「天神祭」の位置がII軸のWARM方向で突出しており、南海の「岸和田だんじり祭」と類似した評価となっている。

ビザ・チャートから京阪を見ると区分I、V、VIIIに比較的普通名詞・固有名詞が集まっていることから、古風・モダン・重厚という評価がされているものが多いと解釈できる。京阪の「沿線地域」の個性評価の方向である古風もこうした普通名詞・固有名詞の評価の集合から出てきたように思われる。

(5) 阪神沿線

阪神の普通名詞・固有名詞の因子スコア布置図は図6-4-8である。

阪神の普通名詞の分布は他の鉄道沿線と同じく原点付近のものが多い。ただ、「野球場」「おしゃれな街」「夜景」はこれらと離れた位置にある。「野球」は南海の「祭」と似た傾向を示し、「おしゃれな街」と「夜景」も阪急と似た傾向となっている。

固有名詞についてはI軸のHARD方向と、II軸のWARM方法にいくつかのものが分布して

ピザ・チャートから見ると阪神の普通名詞・固有名詞の多くは区分Ⅰ、Ⅲ、Ⅵの古風・賑やか・おしゃれの位置にある。これらはⅠ軸の＋方向、Ⅱ軸についても＋方向に分布するものが多く、その評価の集合として阪神の「沿線地域」の個性評価の方向が区分Ⅱのやほったいになったと考えられる。

各鉄道沿線の普通名詞と固有名詞で意味的に対応するものについて、「まち」と「沿線地域」の場合と同様に固有名詞と普通名詞の因子スコアの差より個性評価値 $V(L, \theta)$ を求めた。その結果を表6-4-5に示す。ここで L は普通名詞と固有名詞間の距離であり、 θ の角度は L 軸から反時計回りを＋、時計回りを－で表示した。また、各沿線の欄の右端のピザ区分の欄には、ピザ・チャートの分割区分を示している。

表6-4-5 個性評價值（各沿線）

普通 名詞	阪急				近鉄				南海				京阪				阪神				
	固有名称	L	#	ビ 区分	固有名称	L	#	ビ 区分	固有名称	L	#	ビ 区分	固有名称	L	#	ビ 区分	固有名称	L	#	ビ 区分	
山	六甲山	0.34	-129	VI	生駒山	0.33	-116	VI	高野山	0.84	25	I					六甲山	0.31	-124		
川	夙川	0.66	-113	VI					金剛山	0.43	112	III		淀川	0.62	93	III	夙川	0.37	-87	VII
																	武庫川	0.12	41	I	
住宅地	芦屋 岡本 芥菜園	0.68 1.34 1.14	-70 -167 -147	VII V V	学園前	0.88	-147	V	泉北NT	0.43	-179	V	橋東O-I 郊外	0.52	168	IV					
鉄道 駅	阪急 梅田駅	0.75 1.00	-95 163	VI IV	近鉄 難波駅	0.18 0.89	-65 -162	VII V	南海 難波駅	0.14 1.02	60 169	II IV	京阪 枚方市駅	0.20 0.45	35 -137	I V	阪神		0.35	0	
公園	宝塚FL	0.49	144	IV	生駒山上遊園 あやめ池遊園 奈良公園	0.37 0.41 0.23	-72 -141 55	VII V II	みさき公園	0.31	0		枚方パーク	0.80	-13	VIII	甲子園阪神パーク	0.41	76	II	
神社					伊勢神宮	0.15	-74	VII	住吉神社	0.54	103	III	石清水八幡宮	0.59	60	II	西宮神社	0.34	134	III	
学校	関西学院	0.54	-149	V	近畿大学	0.61	76	II													
寺									だんじり型 仁徳天皇陵	0.11 0.79	138 24	IV I									
史跡									高麗屋				平阪百貨店	1.45	-133	VI					
商店街	阪急百貨店	0.93	-117	VI									阪神百貨	0.16	135	III	国産公園	1.04	34	I	
幹線道路																	甲子園球場	0.31	129	III	
野球場																	阪神タイガース	0.29	-170	V	
																	東洋野球	0.47	146		

図6-4-9の意味は、複数の個性評価値を図示することにより、それぞれの固有名詞の持つイメージ上の評価の方向を相互に比較し、地域イメージとの関わりを考察できることに

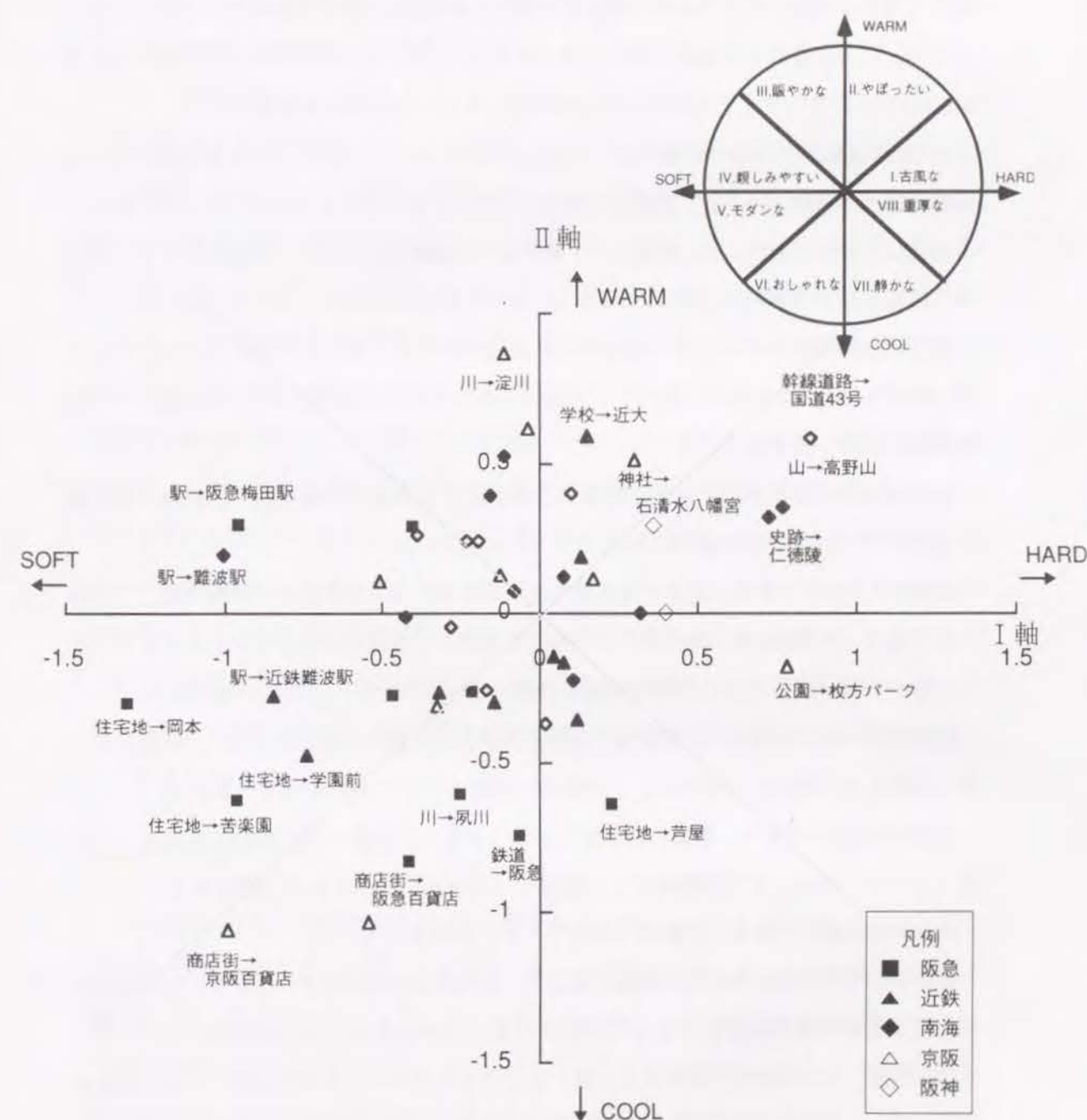


図6-4-9 普通名詞と対応する普通名詞の因子スコア差（5 鉄道沿線）

ある。

また、本来は普通名詞や固有名詞を、それぞれの各因子スコアの位置に布置して、その位置と言語イメージとの関係を見るためのものであるビザ・チャートを、図6-4-9のような普通名詞と固有名詞の因子スコア差について適用する場合には、それぞれの固有名詞が有する個性化の評価方向について考察するものとなる。

ビザ・チャートの区分Iの古風に分類されるのは南海の「高野山」「仁徳天皇陵」、鉄道としての「京阪」などであり、各固有名詞のイメージと対応づけられているように考えられる。ここに阪神の「国道43号」も含まれているが、これについては区分Iの中でも表6-4-3に示すようにたくましいなどの言語が対応するように考えられる。

区分IIの活動的に分類されるのは、近鉄の「近畿大学」、京阪の「石清水八幡宮」、阪神の「阪神甲子園パーク」、鉄道の「南海」などである。区分IIでやばったいに代表される言語に含まれるものには、充実した・豊かな・活動的等があり、「近畿大学」や「石清水八幡宮」は、これらの言語イメージに近いように考えられる。

区分IIIは賑やかである。この言語グループには華やか・楽しい・懐かしいなどが含まれ、固有名詞として京阪の「淀川」、南海の「住吉大社」、阪神の「甲子園球場」、「高校野球」などが含まれる。

区分IVは親しみやすいであり、阪急の「梅田駅」、南海の「難波駅」、京阪の「楠葉ローズタウン」などが分類される。

区分Vはモダンであり、阪急の住宅地である「岡本」「苦楽園」や「関西学院」、近鉄の住宅地の「学園前」や「難波駅」、南海の住宅地の「泉北ニュータウン」などが、これに分類される。学校も含め比較的高級住宅地に近いものが多いことに特徴がある。

区分VIはおしゃれであり、京阪の「京阪百貨店」、阪急の「阪急百貨店」、鉄道としての「阪急」や「夙川」「六甲山」、近鉄の「生駒山」などが含まれている。

区分VIIは静かであり、阪急の住宅地である「芦屋」、近鉄の「生駒山上遊園地」、鉄道としての「近鉄」や「伊勢神宮」、阪神の「夙川」などがこれに分類される。

区分VIIIは重厚であり、京阪の「枚方パーク」が含まれる。

このような固有名詞の個性評価値に関して、個性評価の程度の大きさについては固有名詞と普通名詞の差の距離Lによって把握される。このLが小さい固有名詞については、「伊勢神宮」などの神社、「みさき公園」などのテーマパークを含む公園、それに鉄道がある。これらは普通名詞と固有名詞と比べて、各沿線において個性化の程度に大きな差はないと考えることができる。

また、評価の差が大きなものには、「岡本」「学園前」などの住宅地、南海「難波駅」、阪急「梅田駅」などの駅がある。これらの固有名詞は、それが対応する普通名詞とはイメージ評価について大きな違いがあり、このイメージが変わることにより地域イメージも影響を受ける程度が大きくなるように考えられる。

このように地域を構成する計画要素として固有名詞を捉えると、そのイメージの評価の方向と、その大きさに異なる点があることが明らかになった。

こうした各固有名詞に関してビザ・チャートで示されるイメージ評価を、地域イメージを形成するための計画に反映させる場合の方法を考えてみる。

例えば個性伸張を考える場合として、阪急について区分Vのモダンな方向に、さらに個性化を図ることを考える。この場合、表6-4-3によると区分Vに対応する言語イメージは繊細・若々しい・しなやかな等であり、これよりイメージされる鉄道の沿線地域に存在する計画要素を充実させることや、色彩イメージとしてライラック、緑、クリーム、アイボリーなどがあり、それらを生かした計画を行うことが望まれる。

また、これまでのイメージ評価を改めて新たな評価を取り入れて、地域の個性化を図る場合として、例えば区分IIのやばったいと評価されている阪神の地域イメージを改変を計画する場合を考える。この場合は、区分IIに含まれる計画要素である、甲子園阪神パークに対して若い女性を集める工夫を行うことや、区分IIとは対極の位置にある区分VIのおしゃれなや区分Vのモダン、区分VIIの静か等含まれる計画要素である六甲山や阪神タイガース・夙川などを生かすような地域計画が望まれることになる。また、それをより効果的に行うために補色関係にも考慮した色彩計画の作成も必要とされる。

さらに沿線で全く新たに沿線開発などを行う場合の地域イメージの形成についても、沿線らしさを出すためには、各沿線全体のイメージ評価の区分に含まれる計画要素を取り入れることが考えられる。

6.5 まとめ

本章では、鉄道の沿線地域イメージを構成すると考えられる主要な要素である、想起率の高い普通名詞や固有名詞、あるいはイメージ要素連結度の大きな普通名詞や固有名詞に関して、SD法をもとにした、これら名詞の評価についての考察を行った。

SD法の調査を行った名詞については、「まち」と「沿線地域」に加えて、普通名詞・固有名詞ごとに想起率の算出の際に調査対象者が各ジャンルごとに5個ずつ合計25個選択した名詞の中から、自由意思で5個を選んだものである。したがって、既に一定のイ

メージを持っているものの中からの選択してた結果であることに注意する必要がある。

1.各鉄道における「まち」と「沿線地域」のイメージプロフィールを見ると、「まち」については、[やばったいーおしゃれな]などで若干のプロフィールに差があるものの、各鉄道ともほとんどの形容詞対において中間の評価である「どちらでもない」付近に集まっており、鉄道沿線ごとに大きな差がある形容詞対はなく、そのプロフィールも似たものとなっている。一方「沿線地域」について見ると阪急沿線が他の鉄道沿線と異なりおしゃれ、モダン、明るいと評価されていることがわかった。他の4鉄道沿線については概ね似たプロフィールとなっている。

2.各鉄道沿線における高い想起率あるいは大きなイメージ要素連結度の固有名詞についてのイメージプロフィールを見た。阪急・近鉄・京阪では、その沿線における各固有名詞のイメージプロフィールは類似した傾向にあることがわかった。この中でも阪急では「宝塚歌劇」は沿線地域のイメージを牽引していることがわかった。近鉄、京阪についてはこれほど明瞭に沿線地域イメージを引っ張る固有名詞は、この考察の範囲では見当たらなかった。

南海・阪神については、上の3沿線と異なり一見各固有名詞のプロフィールにバラツキが見られる。これは南海では「高野山」と「岸和田だんじり祭」、阪神では「甲子園球場」と「国道43号」という極めて個性の明確な固有名詞が含まれているためであり、これらを除くと残る固有名詞についてはそれぞれ類似した傾向にあると考えられる。この「国道43号」や京阪の「国道1号」といった幹線道路についてのイメージ評価は[やばったい][暗い]となっているために、地域イメージを向上を図る計画を考える場合に十分に注意する必要がある。

3.各鉄道沿線ごとに普通名詞と固有名詞とで意味的・機能的に対比できるものに関して、そのイメージプロフィールの比較を行った。

(1)普通名詞の「住宅地」については、総ての鉄道沿線における評価が「どちらでもない」であり、極めてニュートラルな評価がされていることがわかった。一般的に「住宅地」というだけでは地域における「地」として評価されることになる。

(2)各鉄道沿線ごとに普通名詞についての評価に差はないが固有名詞について大きな差があるものに「山」「河川」「イベント」がある。イベントは地域ごとに多彩なものが多く評価に差が出るのは当然である。また山や河川のような自然地物はランドマークの役割を果たしているため、それぞれ明確なイメージを持たれていることによるために評価に差が出るものと考えられる。

「六甲山」については阪急・阪神の両沿線を含む阪神間地域におけるランドマークとなっているため、調査対象者が異なっているにもかかわらず、そのイメージプロフィールは類似していることが明かとなった。

(3)各鉄道沿線を比較して普通名詞と固有名詞のイメージプロフィールが似ているものに、「鉄道」と「公園」があることが明かとなった。この中で公園に対応する固有名詞として、ここで取り上げたものは各鉄道沿線に立地するテーマパークである。これが普通名詞の「公園」と評価が類似している傾向があることから、テーマパークを計画要素とする場合には、その計画内容を十分に吟味する必要があるという示唆を得ることができた。

(4)阪急の「沿線地域」は[おしゃれ][モダン][明るい]などの評価で他の鉄道沿線地域と異なった評価をされているが、固有名詞の「阪急」(鉄道)、「岡本」(住宅地)、「六甲山」(山)、「宝塚歌劇」(イベント)、「夙川」(河川)で「沿線地域」と同様の評価となっていることが明かとなった。「沿線地域」のイメージもこうした構成要素の評価の集合であることがわかる。

4.SD法の調査結果について因子分析を行い、HARD/SOFTとWARM/COOLの二つの因子を見出した。この軸上に各沿線ごとに普通名詞とそれに対応する固有名詞の関係を角度と距離で示す個性評価値を求めた。これは普通名詞に対する固有名詞の評価の差を示す指標であるといえる。HARD/SOFTとWARM/COOLの軸は色彩計画を行う際に用いる言語のイメージスケール軸と類似しているため、これを参考にして因子分析の結果を考察するために、2つの因子軸で構成される空間を8象現に区分するピザ・チャートを作成した。

ピザ・チャートを用いて各沿線の固有名詞の個性評価値を見ると、例えば南海の「高野山」や「仁徳天皇陵」は古風なと評価される区分Iに含まれていることが把握できる。このようにピザ・チャートを用いると、構成地物固有の評価を把握することができ、地域として望ましい評価の方向と関係するものを計画要素として着目することや、これをもとにした色彩計画によるイメージ形成の方向についても示唆を得ることができる。

本研究は地域の個性化を促進するために注目すべき構成地物と、その関連を把握する方法を考察した。これにより、まちづくりのコンセプトの策定や計画のプライオリティの検討、さらに具体的な施設計画においても有用な計画情報が提供できるものと考えられる。

第6章参考文献

- 1)大久保昌一：都市とアイデンティティ，都市問題研究第45巻第3号（通巻第507号），都市問題研究会，pp.3～19，1993.
 - 2)京都市計画局都市計画部都市計画課：「街路空間計画調査報告書」，京都市計画局，pp.31～44，1986.
 - 3)Masashi KAWASAKI, Tsuna SASAKI and Hai YANG：An Analysis of Image of Waterfront Cities, International Symposium on Developmental Strategies of Riverside Cities (ISDSRC'91)，1991
 - 4)古沢経夫：「地物の類似度と規定因子に着目した地域イメージ構造分析」，山梨大学卒業論文，pp.30～41，1991.
 - 5)石見利勝・田中美子：「地域イメージとまちづくり」，技報堂出版，pp.69～94，1992.
 - 6)佐佐木綱・西井和夫・井上亮：街路空間のイメージ（男性性・女性性）の計量化に関する考察，土木計画学研究・講演集No.9，pp.155～162，1986.
 - 7)木下栄蔵・佐佐木綱：階層分析法による鉄道とターミナルのイメージ構造分析，土木計画学研究・講演集No.10，pp.9～16，1988.
 - 8)ブラン・ドゥ：「なにわ考現学'94」，ブラン・ドゥ，pp.64～70，1994.
 - 9)前掲7)
 - 10)前掲8)
 - 11)小林重順：「景観の色とイメージ」，ダヴィッド社，pp.225，1994.
 - 12)前掲11)，pp.57～60.
 - 13)Tsuna Sasaki, As a Firm Step towards Renovation of City and Regional Planning --The Image of Femininity and Masculinity--，Proceedings of International Workshop on Psychological Factors in the Environment Associated with Transportation, pp.1-63, 1990.
 - * 14)栄健一郎・土井勉・木内徹・三星昭宏・北川博巳：関西私鉄沿線都市を対象とした地域イメージの分析，土木計画学研究・講演集No.17，pp.637～640，1995.
- （本研究の一部は、*印の論文に発表されている。）

第7章 LOGMAPモデルによる鉄道 沿線の地域イメージに関する考察

第7章 LOGMAPモデルによる鉄道沿線の地域イメージに関する考察

7.1 LOGMAPモデルとイメージ構造の分析

7.1.1 LOGMAPモデルとは

本章ではマーケティングの分野で、その適用が図られている知覚マップ作成を行うためのモデルの一つであるLOGMAPモデルを取り上げ、イメージ構造の計量的分析を試みるものである。知覚マップはプロダクト・マップとも呼ばれ、マーケティングでは同一製品市場において互いに競合しているブランドを消費者がどのように理解しているのかを多次元空間上に図示したもののことをいう。ここでは、鉄道沿線地域イメージを構成する各構成地物間の類似性が一般の住民にどのように理解されているのかを定量的に把握することを目的とするものである。

知覚マップを作成する方法として、属性データからのアプローチと類似度データからのアプローチの二つがある。属性データ・アプローチとしては因子分析が使いやすく本研究でも第6章において用いている。ただ、属性データ・アプローチにおいては、重要な属性データ（例えば、沿線地域イメージにおいては「明るいー暗い」や「男性的ー女性的」など）が、調査項目に含まれていること、及び属性に関して適切な言語表現が選択されることが分析結果を大きく左右する。一方、類似度データ・アプローチについては、ある対象ともう一つの対象がどの程度似ているのかという類似度データだけからマップを作成する。このアプローチの代表的なものに多次元尺度法（MDS：Multi Dimensional Scaling）がある。ただMDSだけでは類似度データにもとづくために属性情報が定まらず、作成された知覚マップにおいて布置された諸対象に対する属性をマップ上に位置づけ、知覚された属性の組み合わせでこれを説明する属性回帰分析を行うことが必要となる。

LOGMAP（LOGit approach to Multiattribute Analysis for Positioning；ロジット・アプローチによる多属性ポジショニング分析）は片平秀貴¹⁾によって開発された類似度データから知覚マップを作成する方法のひとつである。これは従来のMDSに比べてデータ節減と統計的定式化を企図したことにより操作性が向上したマップ作成手法であり、購買品の銘柄やブランド嗜好を扱うマーケティングリサーチの分野で既に適用事例がある²⁾。また、西井和夫らは甲府や東山梨の地域イメージの構造分析手法としてLOGMAPモデルの適用を行い、その2地域間の共通性や固有性の比較検討³⁾、あるいは童話の読書前後におけるイ

メージ形成に関する基礎的分析も行っている⁴⁾。既往研究より、地域イメージに関して LOGMAPモデルによる知覚マップを解釈するには、別途に構成地物間の類似度を直接的に集計して得られる連想確率からのイメージマップとの対比が有効な方法の一つであることがわかっている⁵⁾。

LOGMAPの知覚モデルは対象i、jの類似度を距離で表わし、認知された知覚マップ上に対象物の空間的布置を行うために用いられる。

ここで、ある対象iの第r次元の座標を x_{ir} ($i=1, \dots, M; r=1, \dots, R$) とすると、対象iとjの距離 d_{ij} は、

$$d_{ij} = \left| \sum_{r=1}^R (x_{ir} - x_{jr})^2 \right|^{1/2} \quad (7-1)$$

となる。知覚された類似度を d'_{ij} とすると d'_{ij} は次のように定式化される。

$$d'_{ij} = \beta \cdot \log d_{ij} + e_{ij} \quad (7-2)$$

ここで、 e_{ij} は二重指数分布に従うと仮定され確率的攪乱項であり、 β は e_{ij} の分散項の大きさに関するパラメータであり、

$$\text{Var}(e_{ij}) = \frac{\pi^2}{6\beta^2} \quad \text{ただし } \beta < 0 \quad (7-3)$$

このとき、あらゆるi、jの中でI、Jの距離が最小となる確率を $P(i,j)$ とすると、

$$P(I,J; \pi) = \frac{d_{ij}^\beta}{\sum_{I,J} d_{ij}^\beta} \quad (7-4)$$

となる。いま対象の総数をm、幅をt ($t < m$)、深さをsとすると、このような不完全ピヴォット半順序データは次のように表される。

ピヴォットとは、ここでいう対象(I、J、...)のことであり、LOGMAPの分析に用いるピボット(総数m)の数を幅(t)と呼び、上位s位までの類似度の順位を深さ(s)と名付けている。不完全ピヴォット半順序データとは、ピボットとして全対象をとらずに一部の対象を用い($t < m$)、各ピヴォットについて途中までの順位だけを付けたものということである。

ここで、 w_{itk} は、第t番目のピヴォットからみてk番目に似ている対象を示している。ここで $R(it) = [w_{it1}, w_{it2}, \dots, w_{its}]$ とすれば、この順序データがいま、 $[w_{it1}, w_{it2}, \dots,$

$$R(s,t|m) = \begin{bmatrix} w_{i11} & \dots & w_{i1s} \\ w_{i21} & \dots & w_{i2s} \\ \vdots & \vdots & \vdots \\ w_{its1} & \dots & w_{its} \end{bmatrix} \quad (7-5)$$

w_{its} から w_{it1} を選び、 $[w_{it2}, \dots, w_{its}]$ から w_{it2} を選び、……、 $[w_{its-1}, w_{its}]$ から w_{its-1} を選ぶという(s-1)個の独立した選択試行の結果得られるとすれば、この順序データが得られる確率 $\text{Prob}(R(it))$ は、(7-4)式の個々の選択確率の積として表されることになる、次式を得ることができる。

$$P[x; R(it), \dots, R(it)] = \prod_{j=1}^t \prod_{q=1}^s \left\{ \frac{d_{(ij)q}^\beta}{\sum_{k \neq q} d_{(ij)k}^\beta} \right\} \quad (7-6)$$

ただし、qは第q番目の選択確率集合とそこにおける最も似ているペアの添字を示している。また、 $d_{(ij)}$ は対象i、jの座標の関数であり、 $P(R(it))$ はxの関数となる。結局、LOGMAPモデルは $P(R(it))$ の確率が最大となる対象i、jの座標を求めることになる。その推定方法は、最尤推定法を用いることとし、 $P(R(it))$ を尤度関数として β について任意の負の値を代入し、その β について x_{it} を最適化し、次にその x_{it} を固定して β を最適化する二段階推定法を用いて $P(R(it))$ を最大にする x_{it} 、 β を求めるものである。

7.1.2 知覚マップの作成

各鉄道沿線における類似度のデータは、第3章の図3-3-1のフローにおける構成地物に関する類似性についての回答を求めるA→B1、A→B2(普通名詞の場合。固有名詞についてはD→E1、D→E2)によって得られる。これらのデータのピヴォット数は30、深さは2である。

この結果をLOGMAP上の3次元空間に布置する。しかし、x、y、z軸では図上にプロットされた各地物の位置関係の意味が説明できないので、属性回帰分析を行う必要がある。ここでは被説明変数を本調査で用いた各鉄道沿線における構成地物に関する各形容詞対の平均値とし、説明変数を各構成地物のx、y、z軸の座標値とする重回帰分析によって有意な軸を定めることにする。

重回帰式では、規準化されたデータを用いることにし、次のように仮定する。

$$Y_{nt} = \beta_{nx} x_t + \beta_{ny} y_t + \beta_{nz} z_t \quad (7-7)$$

ただし、 Y_m は第t番目の構成地物に関する第n番目の形容詞対の規準化後の平均値、 x_i 、 y_i 、 z_i はそれぞれ第t番目の第n番目の規準化された座標値、 β_{nx} 、 β_{ny} 、 β_{nz} は、各座標軸に対する規準化された偏回帰係数である。これに Y_m 、 x_i 、 y_i 、 z_i を代入し、最小自乗法を適用することにより β_{nx} 、 β_{ny} 、 β_{nz} が得られる。ここで求められた β それぞれと各構成地物のLOGMAPから得られた各座標値を代入すると Y_m の推計値が得られる。この Y_m 、 β_{nx} 、 β_{ny} 、 β_{nz} を代入した式は、3次元の平面を表す。任意の形容詞対について β_{nx} 、 β_{ny} 、 β_{nz} は共通であるので、各構成地物によってできる平面はすべて平行であり、平面間の距離は構成地物間の形容詞対に対する評価レベルを表すことになる。したがって、 $(\beta_{nx}, \beta_{ny}, \beta_{nz})$ を方向ベクトルとする原点を通る直線が、任意の形容詞対軸であると考えることができる。この直線は次のように表される。

$$x/\beta_{nx}=y/\beta_{ny}=z/\beta_{nz} \quad (7-8)$$

また、任意の形容詞対について構成地物の座標を(a、b、c)として原点から点(a、b、c)までの高さをSとすると、

$$S = \frac{\beta_{nx} \cdot a + \beta_{ny} \cdot b + \beta_{nz} \cdot c}{\sqrt{(\beta_{nx}^2 + \beta_{ny}^2 + \beta_{nz}^2)}} \quad (7-9)$$

式(7-9)により各鉄道沿線地域ごとに、各構成地物をそれぞれの形容詞対について写像することができることになる。

7.2 京王線沿線間比較と沿線地域イメージの空間把握

京王線の調査概要については既に第3章で述べているように、京王本線と相模原線を対象に104個の固有名詞を用いた予備調査をもとに、このうち想起率が高い30個の固有名詞(そのうちの16個は本線と相模原線で共通している)による本調査を行っている。本調査では、この30個の固有名詞に関して類似度データを得るとともに、沿線地域イメージに特に深く関わる固有名詞についてはSD調査も行っている。

ここで京王線における沿線地域イメージについても概要を示す。

7.2.1 京王線における想起率から見た沿線地域イメージの考察

表7-2-1には予備調査の結果から得られた京王本線と相模原線における想起率上位30位の

固有名詞である。ここで「多摩ニュータウン」については、その想起率が京王線・相模原線(73%と90%)で共通して高く、その地理的な位置や歴史的な経緯から、両沿線地域のイメージにとって深く関わっているものであると考えられる。一方、「東京競馬場」(78%、27%)や「サンリオピューロランド」(27%、70%)のように両沿線に共通して上位30個以内に含まれても、沿線ごとに想起率が大きく異なるものもある。また、都心と直結している京王本線では「新宿駅」(38%)や「明大前駅」(30%)の想起率が高いが、相模原線ではそれぞれ8%と5%とかなり低い。このように同一の鉄道会社においても、その沿線地域の空間的な広がりにはそれぞれ独自のものがあることを示唆しているように考えられる。

京王本線では「高

尾山」(88%)「高

幡不動尊」(71%)

「深大寺」(52%)

「大国魂神社」

(45%)などの行楽

地や神社仏閣の想起

率が高い。一方、相

模原線では「東京都

立大学」(73%)

「パルテノン多摩」

(63%)「サンリオ

ピューロランド」

(70%)などの近年

形成された文化施

設・都市施設の想起

率が高くなってい

る。これより、両沿

線の地域イメージ形

成が鉄道路線形成の

歴史的な発展プロセ

スと関係しているよ

表7-2-1 京王線：想起率上位の30位の固有名詞

名詞	京王本線		名詞	相模原線	
	想起率	順位		想起率	順位
高尾山	87.64	1	多摩ニュータウン	90.00	1
京王線	83.15	2	よみうりランド	76.67	2
東京競馬場	77.53	3	京王線	71.67	5
多摩川	74.16	4	サンリオピューロランド	70.00	6
多摩ニュータウン	73.03	5	多摩川	65.00	7
高幡不動尊	70.79	6	多摩丘陵	58.33	9
京王百貨店	59.55	7	京王閣競輪場	55.00	12
多摩動物公園	57.30	8	京王プラザホテル	46.67	13
深大寺	51.69	9	高尾山	35.00	16
よみうりランド	51.69	11	中央大学	35.00	17
多摩丘陵	49.44	13	多摩動物公園	30.00	19
多摩テック	43.82	16	多摩テック	30.00	21
京王プラザホテル	33.71	21	京王百貨店	28.33	22
京王閣競輪場	31.46	24	高幡不動尊	26.67	24
中央大学	26.97	27	東京競馬場	26.67	25
サンリオピューロランド	26.97	30	深大寺	23.33	30
多摩雲園	51.69	10	多摩センター駅	75.00	3
井の頭線	50.56	12	東京都立大	73.33	4
甲州街道	47.19	14	パルテノン多摩	63.33	8
大国魂神社	44.94	15	野猿峠	56.67	10
府中刑務所	38.20	17	そごう	56.67	11
新宿駅	38.20	18	野猿街道	40.00	14
聖蹟桜ヶ丘SC	35.96	19	小田急線	38.33	15
府中運転免許試験場	35.96	20	多摩川梨	31.67	18
奥多摩	31.46	22	多摩川花火大会	30.00	20
神代植物公園	31.46	23	多摩中央公園	28.33	23
明大前駅	30.34	25	鶴川街道	26.67	26
陣馬山	26.97	26	鎌倉峠	25.00	27
多摩川競艇場	26.97	28	調布駅	25.00	28
東芝府中工場	26.97	29	鎌倉街道	25.00	29

想起率は(%)

うに考えられる。

7.2.2 固有名詞間の連想構造

京王本線と相模原線について、想起率上位30位の固有名詞を対象にした本調査の結果を用いて連想確率を求めた。それを地理的位置にもとづくイメージマップにしたものが図7-2-1と図7-2-2である。

これより、両沿線ともに固有名詞は地理的な位置に近いものが、相互の結びつきの強いことがわかる。また連想のグループ（連想されたイメージの集塊）について見ると、京王本線では「京王線」「多摩川」を中心に本線沿線に沿って存在する固有名詞だけでなく、地域全体にわたってイメージが広がっていることがわかる。一方、相模原線でも「京王線」を中心に多方向に枝を伸ばしたように連鎖が広がっているが、固有名詞の連想の広がりには京王本線と比較すると狭い範囲に集中している。したがって相模原線の沿線地域イメージは自らの沿線に存在する固有名詞を中心としてまとまっており、京王本線とは異なっていることがわかる。

7.2.3 SD法によるイメージ評価

京王本線と相模原線の各鉄道沿線地域のイメージについて、表7-2-2に示すような13種類

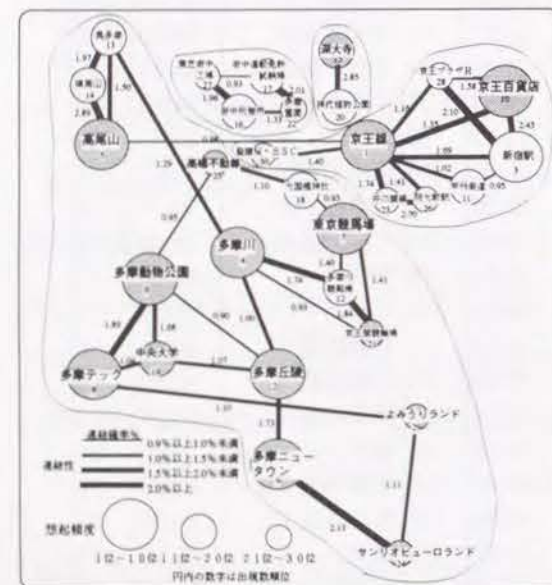


図7-2-1 京王本線：地理的イメージマップ

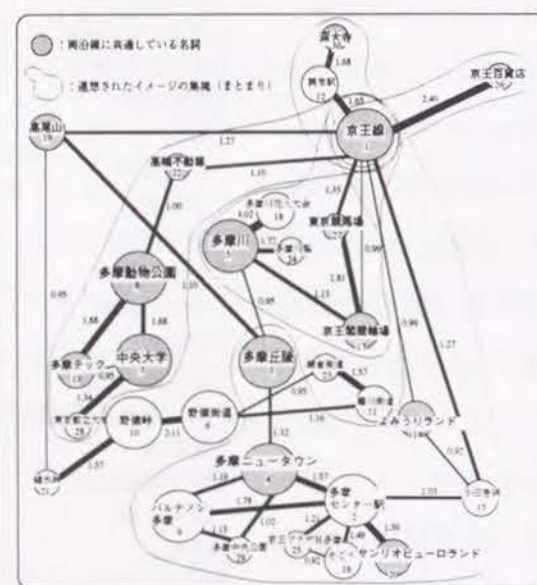


図7-2-2 相模原線：地理的イメージマップ

類の形容詞対について7段階評価でSD法の調査を行った。

この二つの沿線地域に関するイメージプロフィールは図7-2-3に示すとおりである。これより両沿線地域のイメージは全体として似ているが、相模原線の沿線地域は京王本線に比べ「さびしく」「モダン」「若々しい」とイメージされていることがわかる。

次にSD調査の結果に対して因子分析を行った。この結果を示したものが表7-2-3と図7-2-4である。これより京王本線では5つの因子、相模原線では4つの因子が見いだされたものの、その寄与率は第1因子以外はいずれも低く、累積寄与率も48.8%、55.8%と高いものではない。図7-2-3より京王本線では第1因子の「にぎわい」軸を中心として「様式性」「力量性」「情緒性」「活動性」と解釈できる各軸から構成され、相模原線は「にぎわい」+「力量性」を第1軸として「情緒性」「活動性」「様式性」の各軸から構成されていると解釈できる。

表7-2-2 京王線：形容詞対

閉鎖的な	—	開放的な
にぎやかな	—	さびしい
軽やかな	—	重々しい
情緒的な	—	理性的な
弱々しい	—	力強い
おしゃれな	—	やばったい
モダンな	—	古風な
明るい	—	暗い
女性的な	—	男性的な
大人っぽい	—	若々しい
クールな	—	ホットな
潤いのある	—	殺風景な
落ち着いた	—	活動的な

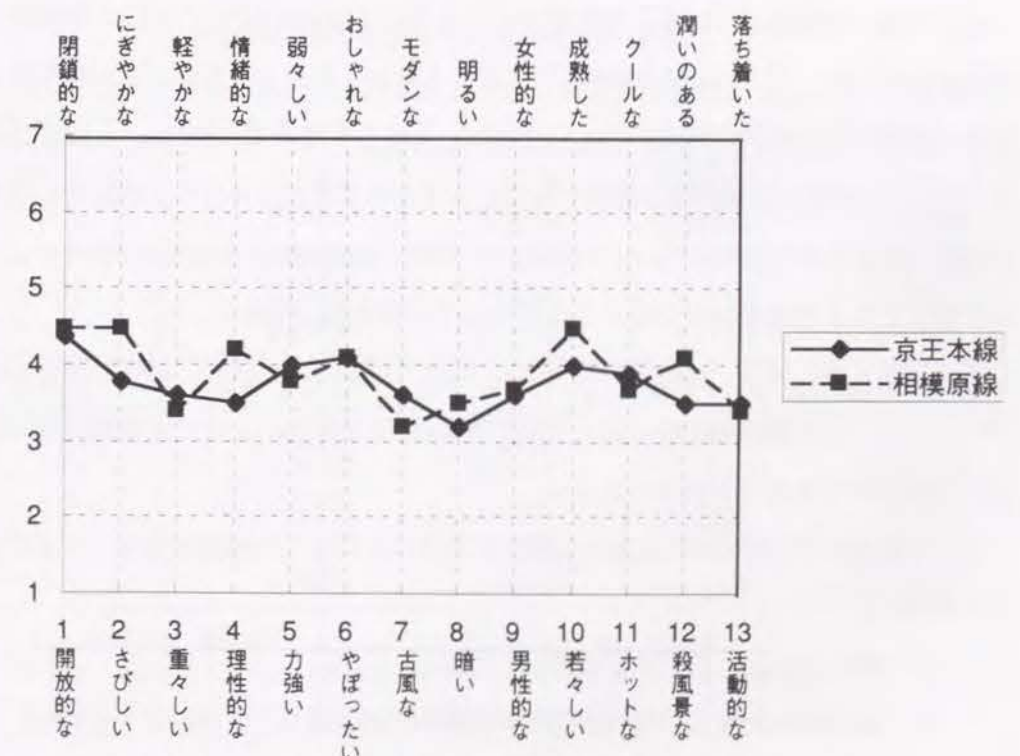


図7-2-3 京王本線・相模原線のイメージプロフィール

表7-2-3 京王線：沿線地域イメージに関する因子分析結果

形容詞対 (※印は本調査に使用)	調査A (京王本線)					調査B (相模原線)				
	因子1	因子2	因子3	因子4	因子5	因子1	因子2	因子3	因子4	因子5
閉鎖的ー開放的	-0.423	-0.125	0.151	-0.168	0.270	-0.570	-0.316	-0.038	-0.124	
にぎやかなーさびしい	0.706	-0.081	-0.230	-0.146	-0.372	0.712	0.057	-0.276	-0.053	
軽やかなー重々しい	0.669	0.233	0.208	0.077	-0.050	0.291	0.494	0.104	0.030	
情緒的ー理性的	-0.005	-0.290	0.062	0.454	0.156	0.044	0.638	-0.010	-0.435	
陽々しいー力強い	-0.094	-0.009	0.778	-0.136	0.140	-0.818	0.212	0.218	-0.045	
おしゃれなーやぶったい	0.384	0.589	0.131	0.026	-0.045	0.526	-0.097	-0.111	0.449	
モダンなー古風な	0.092	0.509	0.011	-0.078	0.012	0.206	0.221	-0.222	0.353	
明るいー暗い	0.640	0.325	0.047	0.196	-0.281	0.727	0.470	-0.081	0.174	
女性的なー男性的な	0.385	0.283	0.314	0.326	-0.045	-0.009	0.655	-0.055	0.061	
大人っぽいー若々しい	-0.017	-0.111	-0.273	-0.072	0.247	-0.230	-0.358	0.375	-0.193	
クールなーホットな	-0.033	-0.025	0.053	-0.508	0.180	-0.300	-0.129	0.284	0.440	
爽やかなー風流な	0.463	0.164	-0.190	0.472	0.156	0.524	0.269	0.000	-0.073	
落ち着いたー活動的な	-0.133	0.032	0.060	0.012	0.687	-0.144	0.054	0.979	-0.048	
寄与率 (%)	22.8	9.7	6.5	5.3	4.5	28.5	11.6	9.1	6.6	
因子軸の解釈	にぎわい	様式性	力量性	情緒性	活動性	にぎわい	情緒性	活動性	様式性	
	I	II	III	IV	V	I+III	IV	V	II	

下線：各因子ごとに因子負荷量が|0.3|以上の形容詞対。下線が引かれた形容詞対で|0.5|以上のもの。
 ※他の因子では因子負荷量がすべて|0.3|未満である形容詞対

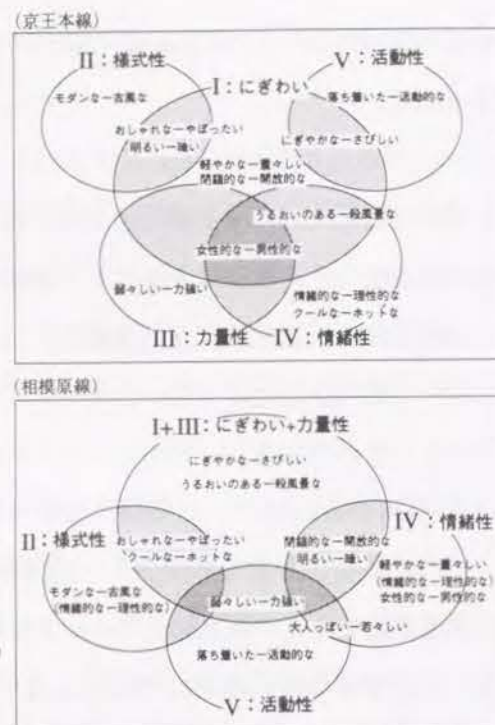


図7-2-4 京王線：沿線地域イメージに関する規定因子構造

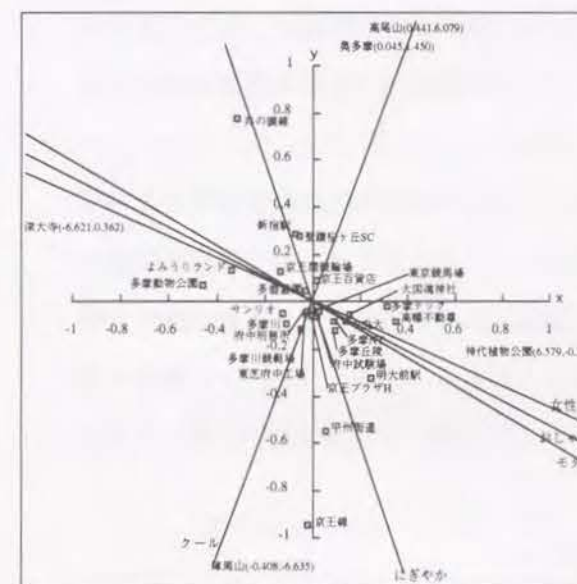


図7-2-5 京王本線：LOGMAPによる知覚マップ

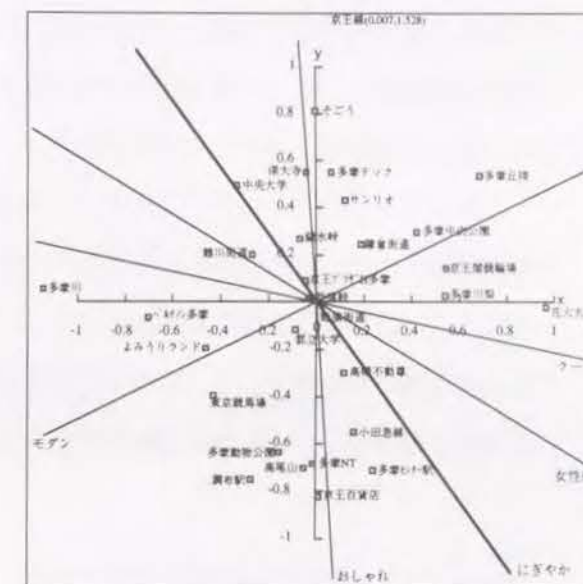


図7-2-6 相模原線：LOGMAPによる知覚マップ

7.2.4 京王線におけるLOGMAPモデルの適用

京王本線、相模原線に関する類似度データを用いてLOGMAPモデルによる知覚マップの作成を行った。データは両沿線ともにビボット数30、深さ2である。この結果を3次元空間に図示したものが図7-2-5、図7-2-6である。しかし、これだけではx、y、z軸上に布置された各固有名詞の位置関係が説明できない。そこで属性回帰を行う。被説明変数を各固有名詞に関する形容詞対についての回答の平均値、説明変数を各固有名詞のx、y、z軸上の座標値とする重回帰分析を行うことによって有意な軸を定める。

属性回帰分析の結果、その重相関係数については表7-2-4に示す。固有名詞を30個全て用いた場合、重相関係数は最も高いものでも0.4程度であり、これでは空間座標の諸値に対して統計的な有意性が認められない。

そこで属性回帰分析に用いる固有名詞群を絞ることで重相関係数を上げるための試行を行った。

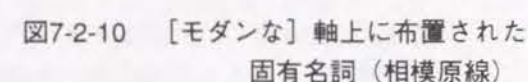
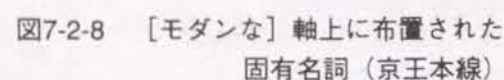
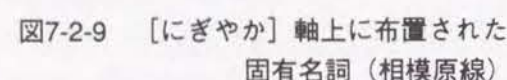
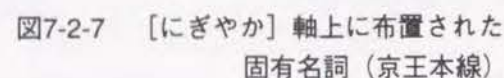
- ① 想起率の上位15位までを抽出した場合
- ② SD調査に対する回答（出現率）が多い固有名詞の上位15位までを抽出した場合
- ③ 同じくSD調査に対する出現率の上位20位までを抽出した場合

表7-2-4 属性回帰分析における重相関係数

京王本線	30個全て使用	(1)サンプリング数15	(2)出現数15個	(2)出現数20個
にぎやかな	0.1834	0.0336	0.3516	0.2665
モダンな	0.3831	0.4559	0.5845	0.5304
おしゃれな	0.2449	0.0000	0.2266	0.4574
女性的な	0.1977	0.2035	0.2165	0.3268
クールな	0.0716	0.2807	0.1598	0.0467
相模原線	30個全て使用	(1)サンプリング数15	(2)出現数15個	(2)出現数20個
にぎやかな	0.4081	0.5269	0.0880	0.2999
モダンな	0.1986	0.0000	0.3256	0.3571
おしゃれな	0.0469	0.0000	0.3435	0.3458
女性的な	0.1507	0.0000	0.3670	0.2961
クールな	0.4056	0.4883	0.3908	0.5814

サンプル数15：類似度データの中から想起率の高い順に15個抽出
 出現数：SD調査への出現回数の高いものから順に個数抽出（15or20個抽出）
 ※上記4つの方法の中で重相関係数の大きいもの

これより、[にぎやか]、[モダン]の両者について京王本線の方が相模原線に比べて形容詞軸上の広がり幅が小さく特徴的である。さらに、[にぎやか]軸では京王本線が軸の中心付近に集まる傾向があるのに対して、相模原線は「京王線」と「多摩丘陵」が最も大きな隔たりがあり、3～4つの固有名詞の固まりもある。また、[モダン]軸でも京王本線は軸の中心付近に集まる傾向が見られるが、「京王線」と「多摩動物公園」とが離



208

ここではLOGMAPモデルを用いて同一鉄道会社の路線比較による沿線地域イメージの把握を試みた。これより京王本線と相模原線については、沿線地域イメージを構成する固有名詞のイメージ上の広がり方も大きく異なっていることがわかった。

7.3.1 構成地物の抽出とピボット率

各構成地物に関して類似するものについては、第3章の実査における調査表の構成に示すように、「まち」と各「沿線地域」のイメージに関連する構成地物（普通名詞ではA、固有名詞はD）を抽出し、次にこれと第1番目に似ている構成地物（B1あるいはE1）、2番目に似ている構成地物（B2あるいはE2）を抽出することになっている。このAとB1、B2の関係は、 $A \rightarrow B1$ 、 $A \rightarrow B2$ （あるいは $D \rightarrow E1$ 、 $D \rightarrow E2$ ）という順序で類似度の回答が得られているものであり、LOGMAPモデルにおける類似度を示すデータとして取り扱うことにする。したがって、この場合の類似度データはピボット数が30で深さが2のデータであるといえる。

こうして想起率の上位30個の構成地物を用いて、5つの鉄道沿線地域にLOGMAPモデルを適用した結果表7-3-1に示すように β 値が発散して結果が算出されない場合ができた。これは全体として130～150個程度の構成地物から30個に数を限定したために、上位30個の構成地物が30位以下の構成地物と結びついていた場合には、構成地物間の距離データの算出ができなくなることも一因であると考えられる。

表7-3-1 想起率上位30個の構成地物によるLOGMAPモデルの適用

	阪急	近鉄	南海	京阪	阪神
普通名詞	×	○	○	×	○
固有名詞	○	○	×	×	○

○：LOGMAPによる結果が算出されているもの

×：β値が発散したもの

そのためにLOGMAPモデルの適用を行う対象となる構成地物間においては、より多くの距離データを算出できることが望ましい。そこで想起率の大きさだけでなく、構成地物間の連想性も考慮することによって、構成地物間の距離データの算出が、より多く得られるような構成地物の限定方法を考えることが必要となる。

そこで、LOGMAPモデル適用時の考え方に出てくるピボットの考え方をもとに、各構成地物のピボット率 p_i を式7-1にもとづいて算出し、想起率とこれとの対比により、構成地物の限定を行うことを考えた。ピボット率 p_i は構成地物を30個に限定する場合の構成地物同士の結びつきの強さを示す指標として考えられる。これにより限定された構成地物についてLOGMAPモデルの適用を行うことにした。すなわち式7-10より p_i を当該構成地物 i のピボット率、 n_i を当該構成地物の類似度データにおける出現数、 N は類似度データにおける構成地物の延べ出現数として、構成地物の限定を行うものである。

$$p_i = \frac{n_i}{N} \quad (7-10)$$

■ 阪神を事例とするピボット率を用いた固有名詞の限定プロセス

ピボット率を用いた固有名詞の限定方法について阪神を事例として、その手順の概要を次に紹介する。

なお、ここで扱う想起率については、ピボット率と対比しやすいように全想起数に対する各構成地物の想起数の割合をとっているために、全想起率と名付ける。したがって全想起率を25倍すると本来の想起率に一致する。

①表7-3-2において、全想起率に関して累積で7割になるまでの固有名詞について連想発生量（起点となって他の固有名詞を連想する場合の固有名詞の出現数）と連想集中量（他から連想される固有名詞の出現数）について式7-10よりピボット率を求めた。なお、全想起率の累積7割までの固有名詞に関する延べ連想出現数は1641であった。ここで連想発生量のピボット率は、全体の連想出現数の中で着目する固有名詞が連想の起

点となっている割合を示し、連想集中量のピボット率は他の固有名詞からどの程度連想されているのかを示すものである。したがって、連想発生量のピボット率が高く、連想集中量のものが低い場合には連想の起点となっているが、他の固有名詞からはあまり連想されていないことを示している。

表7-3-2において▼は連想集中量のピボット率が0.01未満、●は連想発生量・連想集中量ともにピボット率が0.01未満であることを示している。固有名詞を30個前後に限定することを考えると、全想起率が30位以下で●（連想発生量・連想集中量ともにピボット率0.01未満）のものである「ポートアイランド」「芦屋」「JR」「打出浜」「尼崎」「神戸ハーバーランド」「サラリーマン」「ポートタワー」を除外して、再度ピボット率を算出する。

②この結果表7-3-3のように28番の「尼崎競艇」と38番の「神戸ポートピアランド」が●になった。これは①の段階で除外した固有名詞と多く結びついたものであり、現在残っている上位の固有名詞とはあまり結びついていないことが考えられる。そこでこの2つについても除いて再度ピボット率を算出する。

③固有名詞上位30個を抽出することを考えているために、②で除外した28番の「尼崎競艇」の代わりに32番の「西宮」を加えピボット率の算出を行うことにする。すると、19番「阪神百貨店」、23番「芦屋浜住宅」の連想集中量のピボット率が▼となる。そこで先ず下位の「芦屋浜住宅」を除き、その代わりに②で「西宮」の次に位置する35番「甲子園都ホテル」を入れて再度ピボット率を算出した（表7-3-4）。

ところが「芦屋浜住宅」を除くことにより、「六甲アイランド」が●になる。これは「六甲アイランド」と「芦屋浜住宅」の間に結びつきのあることを示すことになり、これは除外しない（表7-3-5）。

④次に「阪神百貨店」を除外してピボット率を算出する（表7-3-6）。これを除くことによる影響は見られないので、「阪神百貨店」は他の固有名詞との関係は大きくないことがわかる。そこで、この30個の固有名詞を対象にしてLOGMAPの解析を行うことにした。

この阪神の事例と同様の手順でピボット率を用いて30個に限定した各鉄道沿線における構成地物（固有名詞・普通名詞）の一覧表と、想起率は上位30位に含まれていたが今回除外された構成地物と、想起率から見れば30位以下であったが新たに表に加えられた構成地物を表7-3-7に示す。このようにして絞り込んだ構成地物を用いることにより、すべての鉄道沿線の普通名詞・固有名詞においてLOGMAPモデルの結果を算出することが

表7-3-2 阪神：ピボット率による固有名詞の限定（ステップ1）

阪神固有名詞							
名詞番号	ピボット数		ピボット率		固有名詞	全想起率	累積全想起率
	連想発生量	連想集中量	連想発生	連想集中			
1	95	194	0.0579	0.1182	阪神	0.0380	0.0380
2	98	151	0.0597	0.0920	甲子園球場	0.0327	0.0707
3	72	57	0.0439	0.0347	灘の生一本	0.0307	0.1014
4	80	55	0.0488	0.0335	甲子園阪神ハーブ	0.0293	0.1307
5	68	76	0.0414	0.0463	国道43号線	0.0287	0.1594
6	47	51	0.0286	0.0311	六甲山	0.0280	0.1874
7	61	55	0.0372	0.0335	武庫川	0.0273	0.2147
8	68	43	0.0414	0.0262	武庫川団地	0.0267	0.2414
9	70	45	0.0427	0.0274	西宮戎神社	0.0253	0.2667
10	69	89	0.0420	0.0542	阪神タイガース	0.0240	0.2907
11	53	77	0.0323	0.0469	夙川	0.0213	0.3120
12	33	39	0.0201	0.0238	香櫨園浜	0.0193	0.3313
13	50	32	0.0305	0.0195	桜	0.0180	0.3493
14	47	52	0.0286	0.0317	西宮宮水	0.0180	0.3673
15	51	38	0.0311	0.0232	高校野球	0.0173	0.3846
16	41	34	0.0250	0.0207	阪神高速道路	0.0160	0.4006
17	27	38	0.0165	0.0232	阪神工業地帯	0.0147	0.4153
18	40	28	0.0244	0.0171	甲子園（住宅地）	0.0147	0.4300
19	23	12	0.0140	▼ 0.0073	阪神百貨店	0.0140	0.4440
20	26	29	0.0158	0.0177	六甲アイランド	0.0140	0.4580
21	30	31	0.0183	0.0189	阪急	0.0140	0.4720
22	24	33	0.0146	0.0201	芦屋川	0.0133	0.4853
23	31	14	0.0189	▼ 0.0085	芦屋浜住宅	0.0133	0.4986
24	33	19	0.0201	0.0116	国道2号線	0.0133	0.5119
25	37	34	0.0225	0.0207	河川敷公園	0.0127	0.5246
26	24	23	0.0146	0.0140	六甲からの夜景	0.0120	0.5366
27	28	16	0.0171	▼ 0.0098	プランタン甲子園	0.0113	0.5479
28	22	7	0.0134	▼ 0.0043	尼崎競艇	0.0113	0.5592
29	32	49	0.0195	0.0299	阪神甲子園駅	0.0107	0.5699
30	28	19	0.0171	0.0116	甲山	0.0100	0.5799
31	16	16	0.0098	● 0.0098	ポートアイランド	0.0100	0.5899
32	28	39	0.0171	0.0238	西宮	0.0100	0.5999
33	13	16	0.0079	● 0.0098	芦屋	0.0100	0.6099
34	16	12	0.0098	● 0.0073	JR	0.0100	0.6199
35	22	14	0.0134	▼ 0.0085	甲子園都ホテル	0.0093	0.6292
36	24	23	0.0146	0.0140	阪神西宮駅	0.0093	0.6385
37	26	16	0.0158	▼ 0.0098	名神高速道路	0.0093	0.6478
38	18	16	0.0110	▼ 0.0098	神戸ポートビル・アライメント	0.0087	0.6565
39	17	12	0.0104	▼ 0.0073	西宮ヨットハーバー	0.0087	0.6652
40	13	9	0.0079	● 0.0055	打出浜	0.0080	0.6732
41	13	9	0.0079	● 0.0055	尼崎	0.0080	0.6812
42	11	5	0.0067	● 0.0030	神戸ハーバーランド	0.0080	0.6892
43	12	9	0.0073	● 0.0055	サラリーマン	0.0073	0.6965
44	4	5	0.0024	● 0.0030	ポートタワー	0.0073	0.7038
Σ 1641		Σ 1641					

表7-3-3 阪神：ピボット率による固有名詞の限定（ステップ2）

阪神固有名詞							
名詞番号	ピボット数		ピボット率		固有名詞	全想起率	累積全想起率
	連想発生量	連想集中量	連想発生	連想集中			
1	88	173	0.0612	0.1203	阪神		
2	98	149	0.0682	0.1036	甲子園球場		
3	72	55	0.0501	0.0382	灘の生一本		
4	80	54	0.0556	0.0376	甲子園阪神ハーブ		
5	63	71	0.0438	0.0494	国道43号線		
6	46	47	0.0320	0.0327	六甲山		
7	60	54	0.0417	0.0376	武庫川		
8	62	36	0.0431	0.0250	武庫川団地		
9	69	44	0.0480	0.0306	西宮戎神社		
10	69	89	0.0480	0.0619	阪神タイガース		
11	52	76	0.0362	0.0529	夙川		
12	30	34	0.0209	0.0236	香櫨園浜		
13	48	32	0.0334	0.0223	桜		
14	47	52	0.0327	0.0362	西宮宮水		
15	51	38	0.0355	0.0264	高校野球		
16	41	32	0.0285	0.0223	阪神高速道路		
17	27	27	0.0188	0.0188	阪神工業地帯		
18	40	28	0.0278	0.0195	甲子園（住宅地）		
19	23	11	0.0160	▼ 0.0076	阪神百貨店		
20	11	16	0.0076	0.0111	六甲アイランド		
21	24	22	0.0167	0.0153	阪急		
22	19	28	0.0132	0.0195	芦屋川		
23	18	10	0.0125	▼ 0.0070	芦屋浜住宅		
24	31	17	0.0216	0.0118	国道2号線		
25	37	33	0.0257	0.0229	河川敷公園		
26	22	19	0.0153	0.0132	六甲からの夜景		
27	28	16	0.0195	0.0111	プランタン甲子園		
28	11	3	0.0076	● 0.0021	尼崎競艇		
29	32	48	0.0223	0.0334	阪神甲子園駅		
30	28	19	0.0195	0.0132	甲山		
31	0	0	0	0	ポートアイランド		
32	26	36	0.0181	0.0250	西宮		
33	0	0	0	0	芦屋		
34	0	0	0	0	JR		
35	22	14	0.0153	▼ 0.0097	甲子園都ホテル		
36	24	23	0.0167	0.0160	阪神西宮駅		
37	22	16	0.0153	0.0111	名神高速道路		
38	2	5	0.0014	● 0.0035	神戸ポートビル・アライメント		
39	15	11	0.0104	0.0076	西宮ヨットハーバー		
40	0	0	0	0	打出浜		
41	0	0	0	0	尼崎		
42	0	0	0	0	神戸ハーバーランド		
43	0	0	0	0	サラリーマン		
44	0	0	0	0	ポートタワー		
Σ 1438		Σ 1438					

表7-3-4 阪神：ピボット率による固有名詞の限定（ステップ3-1）

阪神固有名詞					
名詞番号	ピボット数		ピボット率		固有名詞
	連想発生量	連想集中量	連想発生	連想集中	
1	88	165	0.0621	0.1165	阪神
2	98	149	0.0692	0.1052	甲子園球場
3	72	55	0.0508	0.0388	灘の生一本
4	77	54	0.0544	0.0381	甲子園阪神ハーク
5	63	70	0.0445	0.0494	国道43号線
6	46	46	0.0325	0.0325	六甲山
7	59	53	0.0417	0.0374	武庫川
8	62	36	0.0438	0.0254	武庫川団地
9	69	44	0.0487	0.0311	西宮戎神社
10	69	89	0.0487	0.0629	阪神タイガース
11	52	76	0.0367	0.0537	夙川
12	30	34	0.0212	0.0240	香櫨園浜
13	48	32	0.0339	0.0226	桜
14	47	52	0.0332	0.0367	西宮宮水
15	50	38	0.0353	0.0268	高校野球
16	41	32	0.0290	0.0226	阪神高速道路
17	25	26	0.0177	0.0184	阪神工業地帯
18	40	28	0.0282	0.0198	甲子園（住宅地）
19	23	11	0.0162	▼ 0.0078	阪神百貨店
20	9	15	0.0064	0.0106	六甲アイランド
21	24	22	0.0169	0.0155	阪急
22	19	28	0.0134	0.0198	芦屋川
23	18	10	0.0127	▼ 0.0071	芦屋浜住宅
24	31	16	0.0219	0.0113	国道2号線
25	37	33	0.0261	0.0233	河川敷公園
26	22	19	0.0155	0.0134	六甲からの夜景
27	28	16	0.0198	0.0113	プランタン甲子園
28	0	0	0	0	尼崎競艇
29	32	48	0.0226	0.0339	阪神甲子園駅
30	28	19	0.0198	0.0134	甲山
31	0	0	0	0	ポートアイランド
32	26	36	0.0184	0.0254	西宮
33	0	0	0	0	芦屋
34	0	0	0	0	JR
35	22	14	0.0155	▼ 0.0099	甲子園都都ル
36	24	23	0.0169	0.0162	阪神西宮駅
37	22	16	0.0155	0.0113	名神高速道路
38	0	0	0	0	神戸ポートビラント
39	15	11	0.0106	0.0078	西宮ヨットハーバー
40	0	0	0	0	打出浜
41	0	0	0	0	尼崎
42	0	0	0	0	神戸ハーバーランド
43	0	0	0	0	サラリーマン
44	0	0	0	0	ポートタワー
	Σ 1416	Σ 1416			

表7-3-5 阪神：ピボット率による固有名詞の限定（ステップ3-2）

阪神固有名詞					
名詞番号	ピボット数		ピボット率		固有名詞
	連想発生量	連想集中量	連想発生	連想集中	
1	83	158	0.0662	0.1261	阪神
2	98	145	0.0782	0.1157	甲子園球場
3	67	48	0.0535	0.0383	灘の生一本
4	77	52	0.0615	0.0415	甲子園阪神ハーク
5	51	55	0.0407	0.0439	国道43号線
6	46	44	0.0367	0.0351	六甲山
7	59	53	0.0471	0.0423	武庫川
8	58	31	0.0463	0.0247	武庫川団地
9	55	32	0.0439	0.0255	西宮戎神社
10	69	89	0.0551	0.0710	阪神タイガース
11	51	74	0.0407	0.0591	夙川
12	22	28	0.0176	0.0223	香櫨園浜
13	48	32	0.0383	0.0255	桜
14	43	46	0.0343	0.0367	西宮宮水
15	50	38	0.0399	0.0303	高校野球
16	33	26	0.0263	0.0208	阪神高速道路
17	22	24	0.0176	0.0192	阪神工業地帯
18	39	27	0.0311	0.0215	甲子園（住宅地）
19	23	11	0.0184	▼ 0.0088	阪神百貨店
20	8	12	0.0064	● 0.0096	六甲アイランド
21	24	19	0.0192	0.0152	阪急
22	14	24	0.0112	0.0192	芦屋川
23	0	0	0	0	芦屋浜住宅
24	29	13	0.0231	0.0104	国道2号線
25	36	33	0.0287	0.0263	河川敷公園
26	21	18	0.0168	0.0144	六甲からの夜景
27	28	16	0.0223	0.0128	プランタン甲子園
28	0	0	0	0	尼崎競艇
29	30	43	0.0239	0.0343	阪神甲子園駅
30	28	19	0.0223	0.0152	甲山
31	0	0	0	0	ポートアイランド
32	19	29	0.0152	0.0231	西宮
33	0	0	0	0	芦屋
34	0	0	0	0	JR
35	22	14	0.0176	0.0112	甲子園都都ル
36	0	0	0	0	阪神西宮駅
37	0	0	0	0	名神高速道路
38	0	0	0	0	神戸ポートビラント
39	0	0	0	0	西宮ヨットハーバー
40	0	0	0	0	打出浜
41	0	0	0	0	尼崎
42	0	0	0	0	神戸ハーバーランド
43	0	0	0	0	サラリーマン
44	0	0	0	0	ポートタワー
	Σ 1253	Σ 1253			

表7-3-6 阪神：ピボット率による固有名詞の限定（ステップ4）

阪神固有名詞

名詞番号	ピボット数		ピボット率		固有名詞
	連想発生量	連想集中量	連想発生	連想集中	
1	76	145	0.0611	0.1166	阪神
2	98	142	0.0788	0.1141	甲子園球場
3	67	48	0.0539	0.0386	灘の生一本
4	76	49	0.0611	0.0394	甲子園阪神パーク
5	51	56	0.0410	0.0450	国道43号線
6	46	45	0.0370	0.0362	六甲山
7	59	53	0.0474	0.0426	武庫川
8	62	36	0.0498	0.0289	武庫川団地
9	55	32	0.0442	0.0257	西宮戎神社
10	67	84	0.0539	0.0675	阪神タイガース
11	51	74	0.0410	0.0595	夙川
12	22	29	0.0177	0.0233	香櫨園浜
13	48	32	0.0386	0.0257	桜
14	43	46	0.0346	0.0370	西宮宮水
15	50	38	0.0402	0.0305	高校野球
16	33	28	0.0265	0.0225	阪神高速道路
17	21	25	0.0169	0.0201	阪神工業地帯
18	38	28	0.0305	0.0225	甲子園（住宅地）
19	0	0	0	0	阪神百貨店
20	8	13	0.0064	0.0105	六甲アイランド
21	24	20	0.0193	0.0161	阪急
22	19	27	0.0153	0.0217	芦屋川
23	18	8	0.0145	0.0064	芦屋浜住宅
24	29	13	0.0233	0.0105	国道2号線
25	36	33	0.0289	0.0265	河川敷公園
26	22	19	0.0177	0.0153	六甲からの夜景
27	26	15	0.0209	0.0121	プランタン甲子園
28	0	0	0	0	尼崎競艇
29	30	44	0.0241	0.0354	阪神甲子園駅
30	28	19	0.0225	0.0153	甲山
31	0	0	0	0	ポートアイランド
32	19	29	0.0153	0.0233	西宮
33	0	0	0	0	芦屋
34	0	0	0	0	JR
35	22	14	0.0177	0.0113	甲子園都ホテル
36	0	0	0	0	阪神西宮駅
37	0	0	0	0	名神高速道路
38	0	0	0	0	神戸ポートピアランド
39	0	0	0	0	西宮ヨットハーバー
40	0	0	0	0	打出浜
41	0	0	0	0	尼崎
42	0	0	0	0	神戸ハーバーランド
43	0	0	0	0	サラリーマン
44	0	0	0	0	ポートタワー
Σ 1244		Σ 1244			

表7-3-7 ピボット率による構成地物の限定結果

	阪急	近鉄	南海	京阪	阪神					
1	六甲山	87.0	生駒山	91.1	高野山	72.0	枚方菊人形	83.9	阪神	93.9
2	阪急	86.1	近鉄	87.5	高島屋	72.0	淀川	80.6	甲子園球場	81.7
3	宝塚歌劇	74.6	あやめ池遊園地	72.3	南海	67.7	枚方パーク	80.6	灘の生一本	76.7
4	夙川	68.0	生駒山上遊園地	66.1	仁徳天皇陵	66.7	京阪	75.8	甲子園阪神パーク	73.3
5	阪急百貨店	59.0	奈良公園	64.3	なんばCITY	63.4	松下電器	64.5	国道43号	71.7
6	芦屋川	55.7	近鉄百貨店	63.4	泉北ニュータウン	63.4	京阪枚方市駅	54.8	六甲山	70.0
7	阪急西宮スタジアム	54.9	あやめ池	61.6	難波	55.9	国道1号線	53.2	武庫川	68.3
8	桜	52.5	生駒山からの夜景	56.3	岸和田だんじり祭	54.8	京都競馬場	50.0	武庫川団地	66.7
9	宝塚ファミリーランド	50.8	難波	55.4	堺東	53.8	菊	46.8	西宮神社	63.3
10	芦屋	47.5	伊勢志摩	54.5	大和川	51.6	枚方	46.8	阪神タイガース	60.0
11	阪急梅田駅	46.7	学園前	54.5	南海難波駅	50.5	楠葉ロースター	43.5	夙川	53.3
12	六甲からの夜景	43.4	伊勢神宮	44.6	二色の浜	48.4	琵琶湖	41.9	香櫨園浜	48.3
13	西宮北口	44.3	石切神社	42.9	浜寺公園	48.4	香里園	41.9	桜	45.0
14	阪急西宮北口駅	44.3	阪奈道路	42.9	金剛山	46.2	京阪百貨店	40.3	西宮宮水	45.0
15	宝塚ホテル	42.6	近鉄難波駅	39.3	浜寺	46.2	京阪京橋駅	40.3	高校野球	43.3
16	甲山	41.0	若草山	38.4	関西国際空港	45.2	石清水八幡宮	38.7	阪神高速道路	40.0
17	苦楽園	40.2	信貴山	36.6	国道26号線	45.2	大阪城	38.7	阪神工業地帯	36.7
18	関西学院大学	36.9	鳥羽	36.6	ミナミ	39.8	篠屋川	37.1	甲子園（住宅地）	36.7
19	岡本	36.1	ラグビー	36.6	東北高速鉄道	39.8	男山	35.5	六甲アイランド	35.0
20	武庫川	35.2	ミナミ	36.6	与謝野晶子	38.7	くらわんか舟	35.5	阪急	35.0
21	三宮	31.1	桜	34.8	堺市庁舎	37.6	成田山不動尊	35.5	芦屋川	33.3
22	いかりスーパー	29.5	枚岡公園	34.8	南海釣糸橋	34.4	京阪モール	35.5	芦屋浜住宅	33.3
23	甲陽園	29.5	奈良トラムランド	34.8	堺まつり	33.3	京橋	35.5	国道2号	33.3
24	阪急夙川駅	29.5	鶴橋	33.9	阪堺電軌	30.1	河川敷公園	35.5	河川敷公園	31.7
25	梅田	28.7	上本町	33.0	サザン号	28.0	ピオルネ	30.6	六甲からの夜景	30.0
26	ハルピンのぼら	27.9	近鉄パッセ	32.1	大仙公園	26.9	大阪城公園	29.0	プランタン甲子園	28.3
27	三番街	28.7	東大寺	31.3	阪神高速道路	28.0	OBP	29.0	阪神甲子園駅	26.7
28	ビッグマン前	28.7	近鉄布施駅	24.2	岸和田城跡	25.8	くずはモール街	27.4	西宮	25.0
29	阪急三宮駅	27.9	虹のまち	20.5	ロケット広場	24.7	花火大会	25.8	甲子園都ホテル	23.3
30	阪急宝塚駅	27.9	日本橋	20.5	泉北1号線	22.6	枚方大橋	25.8		
	洋菓子	24.6	道頓堀	18.2			京阪橋本駅	21.0		
			近鉄上本町駅	17.4						
除外された構成地物	清荒神	29.5	近畿大学	35.7	住吉神社	50.5	天神祭り	33.9	阪神百貨店	35.0
	神戸北野町異人館	27.9	中央環状線	30.4	みさき公園	46.2	祇園祭り	29.0	尼崎競艇	28.3
			近鉄ハーツ	29.5	紀ノ川	34.4	比叡山	27.4		
					狭山遊園地	29.0	天の川	27.4		

* は新たに追加された構成地物

想起率 (%)

可能となった。

ここでピボット率を考慮した構成地物の限定プロセスは、想起率と連想確率を統合した構成地物に関する順位付けの概念であり、沿線地域イメージに関する計画要素を抽出するための概念としても重要であると考えられる。表7-3-6より想起率20位以下の固有名詞のうち2～4個程度が除外されている。中には阪神の「阪神百貨店」のように、他の鉄道沿線では沿線地域イメージを構成する重要な要素であるターミナル百貨店が除外されることもある。したがって、このプロセスによって除外され、あるいは新たに加えられる構成地物に関する情報は計画要素を考える上でも重要となる。

7.3.2 LOGMAPモデルによる構成地物の布置

(1) x、y、z軸に対する布置

各鉄道沿線の固有名詞に関するLOGMAPモデルの適用結果としての3次元空間への布置を行ったものが図7-3-1～図7-3-5である。これにより阪急・阪神については、固有名詞の位置がx、y、z軸に関して広く分布をしている。近鉄・南海は、それに比べてx軸あるいはy軸の近傍に固有名詞が集まり、さらに京阪の場合は原点付近に集中していることがわか

る。したがって計画要素としての固有名詞に関して、阪急・阪神については多様な個性を持った固有名詞が多くあるために、その分布が広く拡散していることがわかる。また近鉄・南海については比較的類似した構成地物が多くあり、京阪ではさらに多くの構成地物が類似しているために原点付近に集まっているように考えられる。

LOGMAPモデルではx、y、z軸上に各構成地物の類似性から、その位置を定めることができるが、構成地物の意味的な解釈を行うためには、意味を示す軸をこの関係の中に位置づけることが必要となり、属性回帰分析を行うことにする。

(2) 属性回帰分析の実施

LOGMAPモデルによる構成地物の位置の解釈を、SD調査に用いた形容詞対を属性軸としてする回帰分析によって考察する。ここで解釈に用いる形容詞対は、第6章における各鉄道沿線に関する因子分析の結果を参考にして、各沿線地域イメージを代表する[にぎやかなーさびしい][おしゃれなーやぼったい][モダンなー古風な][女性的なー男性的な][クールなーホットな]の5対を取り上げることにした。

先にピボット率を用いて限定した各鉄道沿線における固有名詞の30個についてLOGMAPモデルの結果に対する5つの形容詞対に関して属性回帰分析を行った結果得られる重相関係数は表7-3-8に示す通りである。これより各鉄道沿線とも重相関係数は0.1～

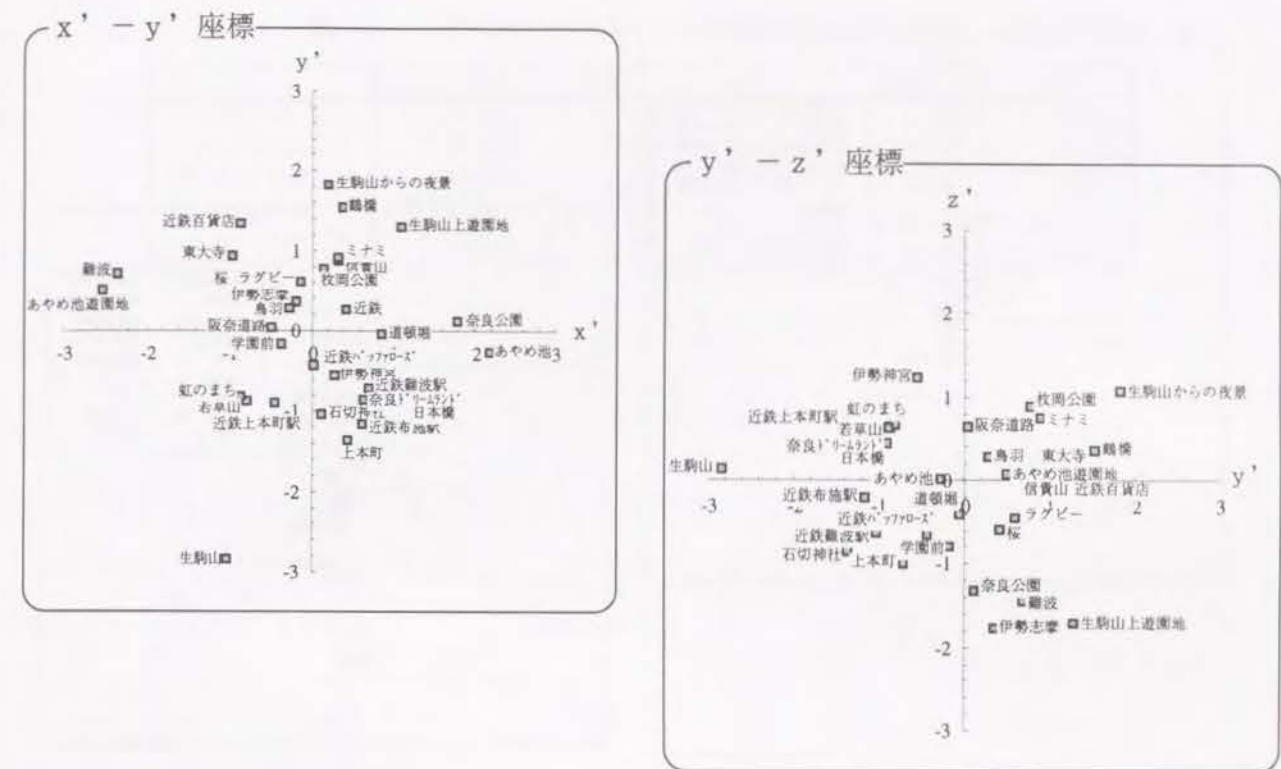


図7-3-2 近鉄：LOGMAPモデルによる固有名詞の知覚マップ

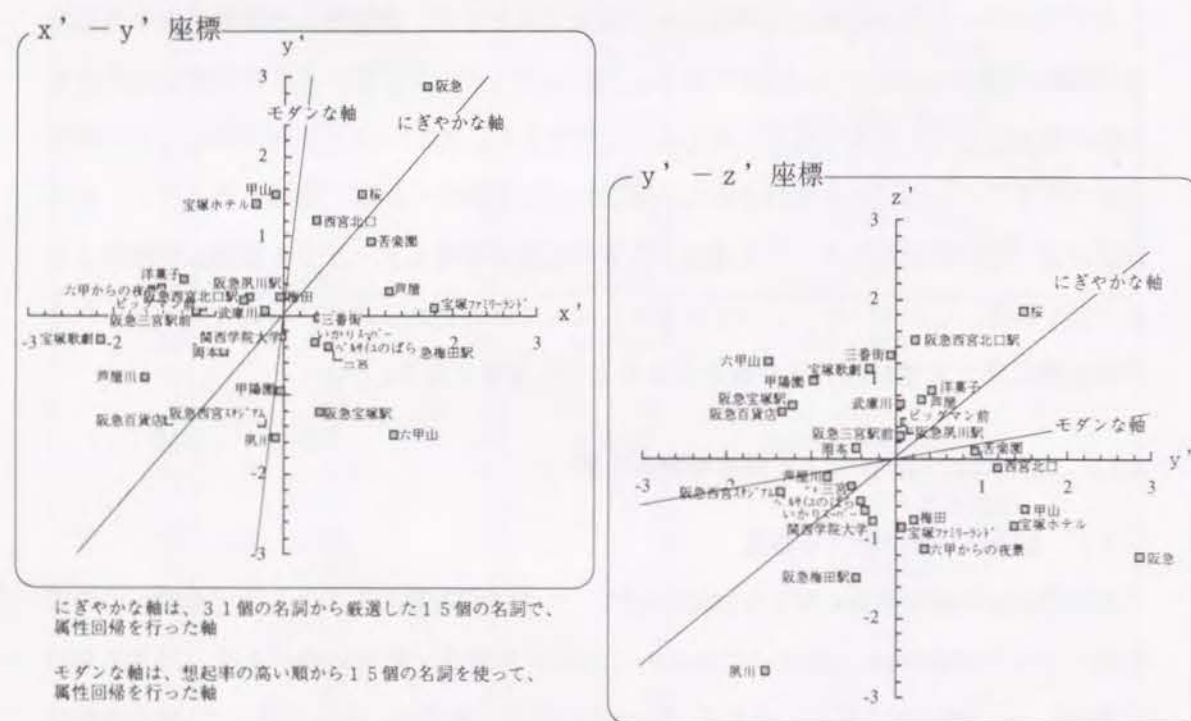


図7-3-1 阪急：LOGMAPモデルによる固有名詞の知覚マップ

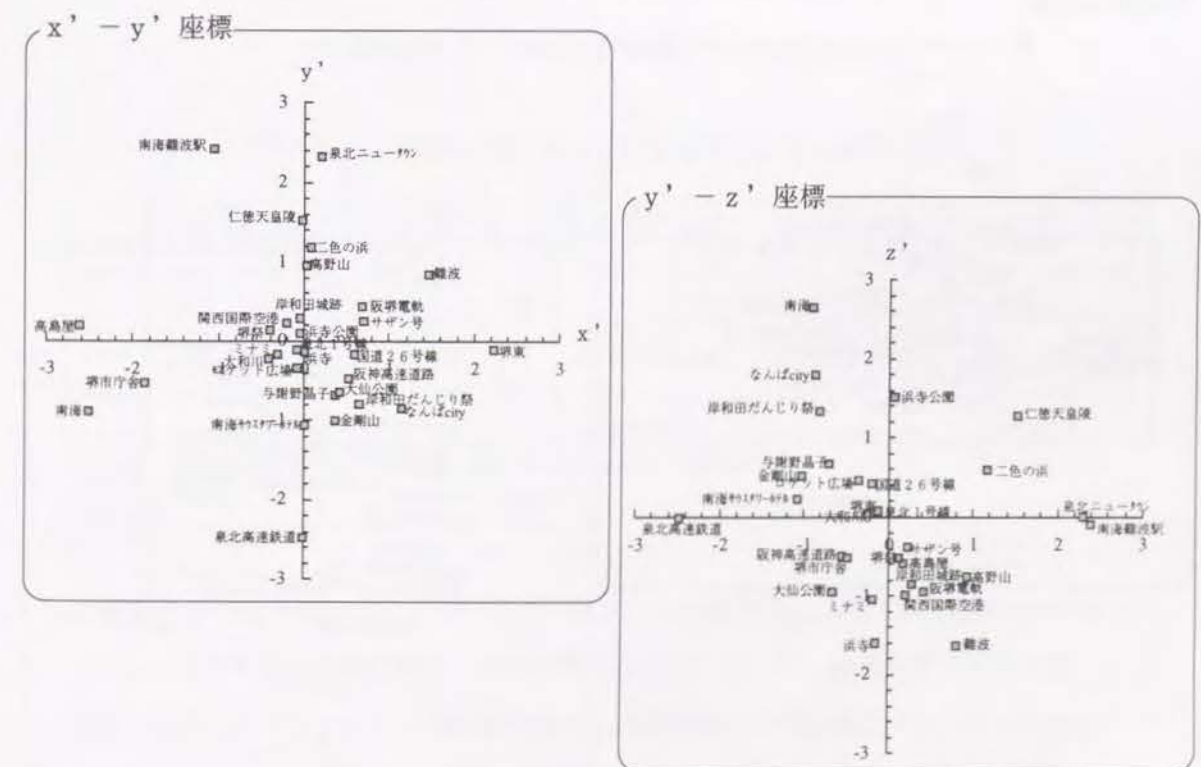


図7-3-3 南海：LOGMAPモデルによる固有名詞の知覚マップ

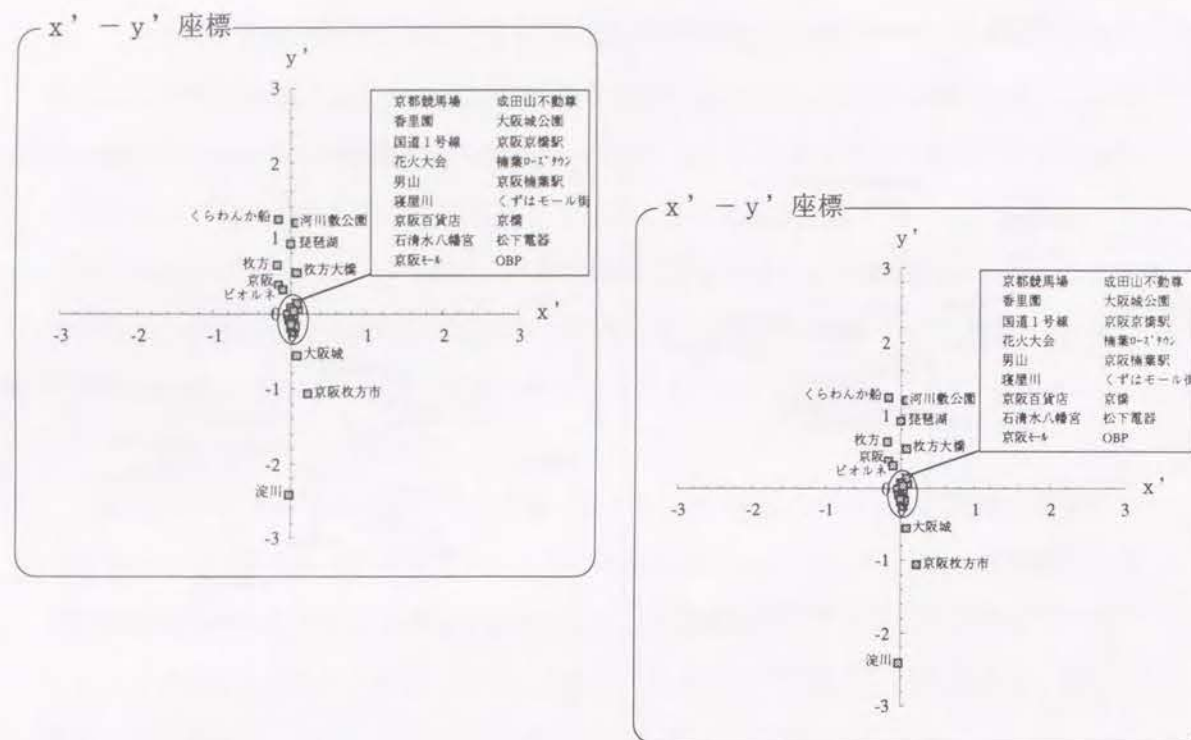


図7-3-4 京阪：LOGMAPモデルによる固有名词の知覚マップ

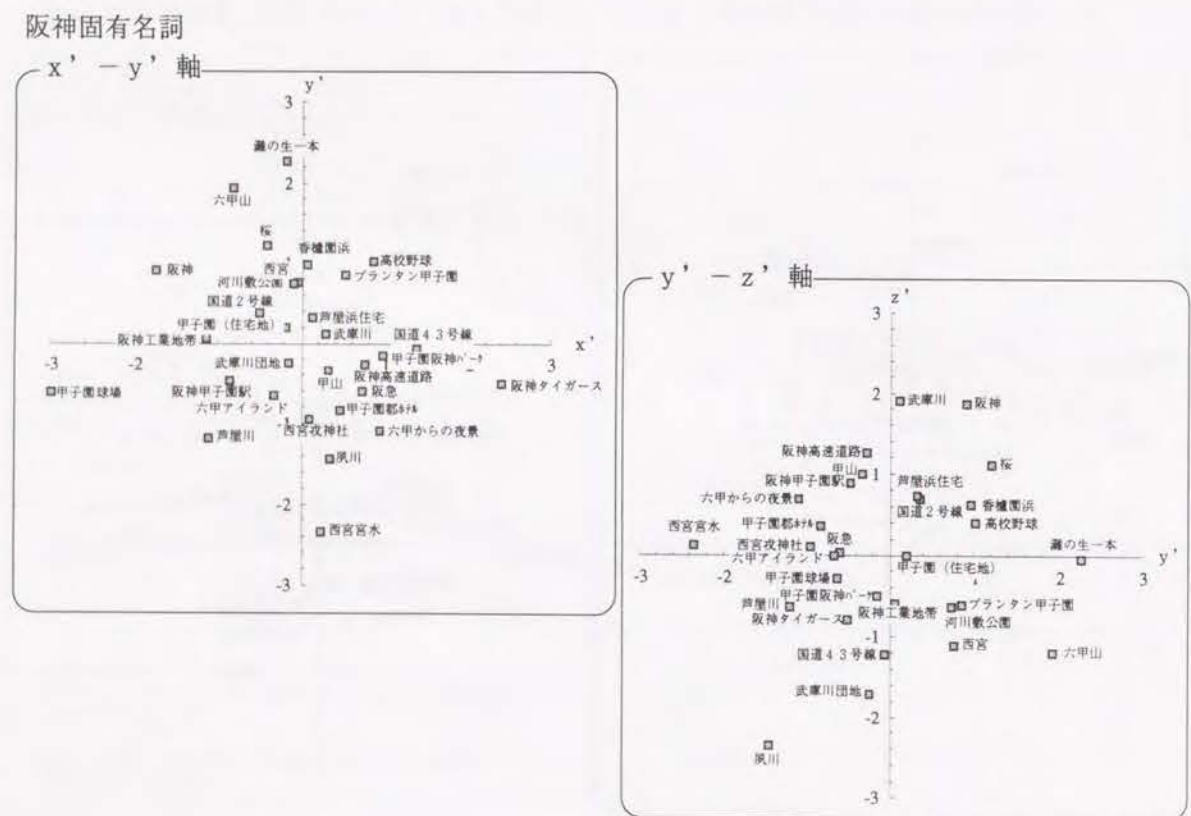


図7-3-5 阪神：LOGMAPモデルによる固有名词の知覚マップ

表7-3-8 属性回帰分析における重相関係数（固有名詞）

	阪急	近鉄	南海	京阪	阪神
にぎやかな	0.203	0.293	0.165	0.201	0.250
おしゃれな	0.158	0.303	0.314	0.223	0.171
モダンな	0.303	0.152	0.296	0.231	0.231
女性的な	0.252	0.150	0.170	0.245	0.164
クールな	0.290	0.142	0.192	0.128	0.134

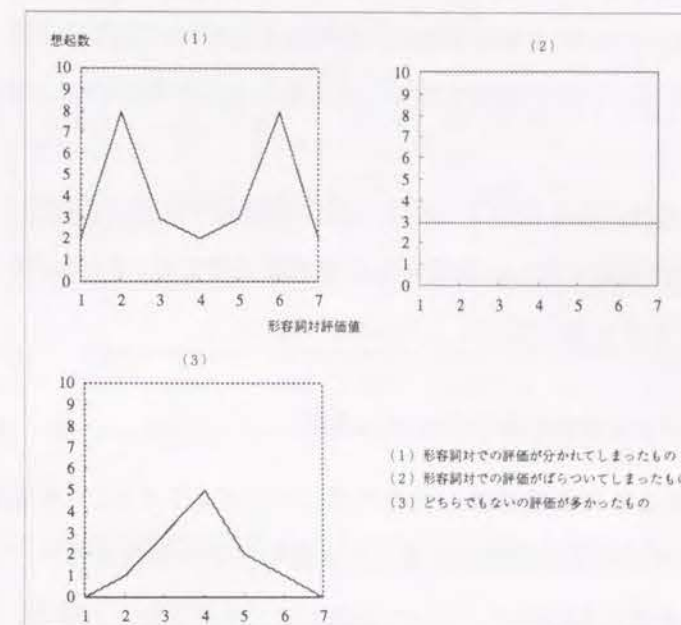


図7-3-6 形容詞対の評価値についての分布形

表7-3-9 属性回帰分析における固有名词の限定と重相関係数

	阪急				近鉄				南海				京阪				阪神			
	上位15個	厳選	厳選+α	○	上位15個	厳選	厳選+α	○	上位15個	厳選	厳選+α	○	上位15個	厳選	厳選+α	○	上位15個	厳選	厳選+α	○
にぎやかな	0.000	0.582			0.413	0.576			0.071	0.450	0.520		0.457	0.454	0.459		0.080	0.385	0.395	
おしゃれな	0.460	0.587			0.544	0.697	0.697	○	0.467	0.551	0.640	○	0.223	0.284	0.287		0.000	0.318		
モダンな	0.640	0.619		○	0.580	0.458		○	0.210	0.559			0.000	0.313	0.314		0.000	0.586	0.603	○
女性的な	0.472	0.713		○	0.145	0.357	0.357		0.300	0.377			0.238	0.361	0.371		0.000	0.492		
クールな	0.457	0.432	0.526		0.308	0.505			0.300	0.605		○	0.157	0.232	0.233		0.000	0.644		○

・厳選+α欄の上の数字は固有名词数。空欄の場合は他の欄よりも高い重相関係数が見いだせなかった。他の欄の固有名词数は15個。
 ・○欄の○は、各沿線における特徴的な形容詞対を示す
 〇は各線のベストケース

0.3程度であり適合度が良いとはいえない結果になっている。これでは、LOGMAPモデル上における固有名词と属性軸との関係が明らかにならず、その解釈を行うことも難しい。本来ならばここで行ったような30個の固有名词を対象に属性回帰分析を行うことが基本となる。しかし、固有名词によっては、ただ一つの形容詞対だけでイメージが評価されるのではなく、複合的なイメージの形成がされているものがあると考えられる。

そこで、それぞれの形容詞対について数を絞った固有名詞を用いて再度、属性回帰分析を行った。ここで固有名詞を限定し、属性回帰分析の重相関係数を改善する方法として、次の3つのケースを考えた。

- ① 想起率の上位15個を対象とする場合（上位15個）
- ② 想起率と形容詞対の評価値を考慮して15個に絞った場合（厳選）。これは各固有名詞の形容詞対に関する評価値の分布形より図7-3-6に示すような、その形容詞対では評価しにくい固有名詞を除く作業を繰り返して最終的に15個に厳選したものである。
- ③ ②で固有名詞の数を変化させて最も重相関係数が高かった場合（厳選+α）

こうして行った属性回帰分析の結果得られた重相関係数を表7-3-9に示す。これより、全体的に重相関係数が高くなっていることがわかる。

7.3.3 LOGMAPモデルと属性回帰分析による考察

LOGMAPモデルによる各鉄道沿線の固有名詞について表7-3-8に示す重相関係数が高く、各沿線に関して特徴的な形容詞対の軸上に布置し、その解釈を行う。

各沿線における特徴的な形容詞対について阪急では「モダンな-古風な」「女性的な-男性的な」であり、近鉄は「にぎやかな-さびしい」「おしゃれな-やぼったい」「モダンな-古風な」、南海は「おしゃれな-やぼったい」「クールな-ホットな」、京阪は「にぎやかな-さびしい」、阪神は「モダンな-古風な」「クールな-ホットな」というように、それぞれ沿線ごとに異なったものとなっている。

ここでは阪急と近鉄を例にとり、特徴的な形容詞対におけるLOGMAPモデルの値の布置を行い、そこから各鉄道沿線における地域イメージを形成する要素である固有名詞についての関係を考察する。

(1) 阪急におけるLOGMAPモデルによる属性回帰分析の考察（固有名詞）

LOGMAPモデルより求められる各形容詞対軸上の値を横軸に、各固有名詞の沿線地域イメージ上のウェイトを示す想起率を縦軸にとり、各固有名詞がどのようなイメージによって規定されているのかを考察する。

阪急を特徴づける形容詞対のうち「モダンな-古風な」に関する結果については図7-3-7、「女性的な-男性的な」については図7-3-8に示している。この二つの図において阪急の固有名詞は、共に各属性軸上に左右に広く布置され、多様な評価がなされていることがわかる。これらの形容詞対の軸上に布置された固有名詞の相対的な位置関係から、それぞ

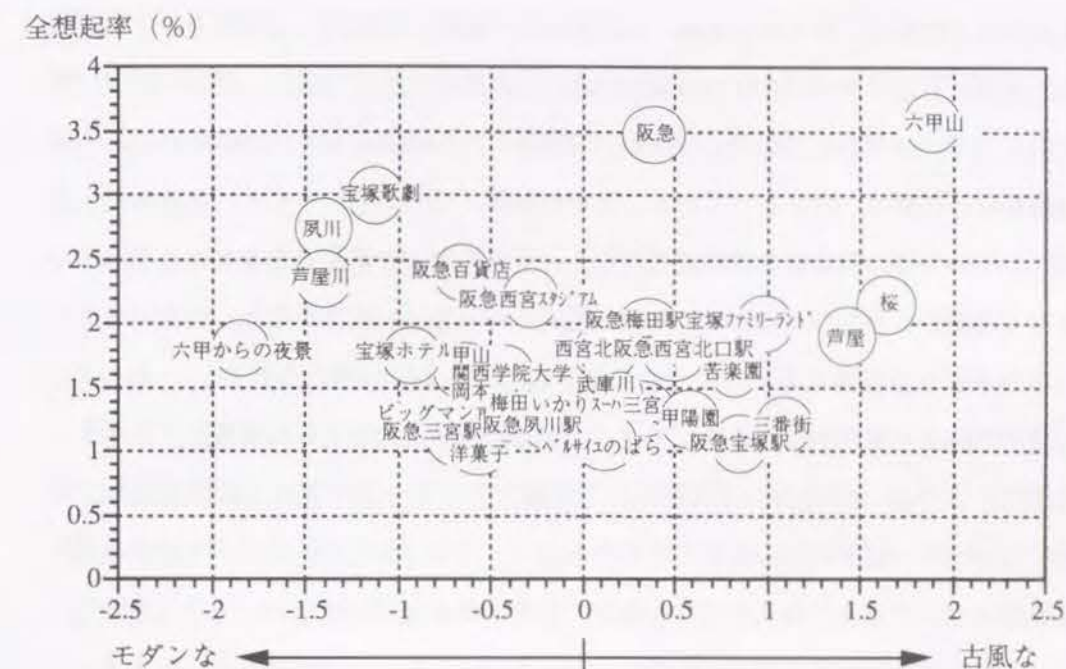


図7-3-7 阪急：属性回帰により「モダンな」軸上で布置された固有名詞

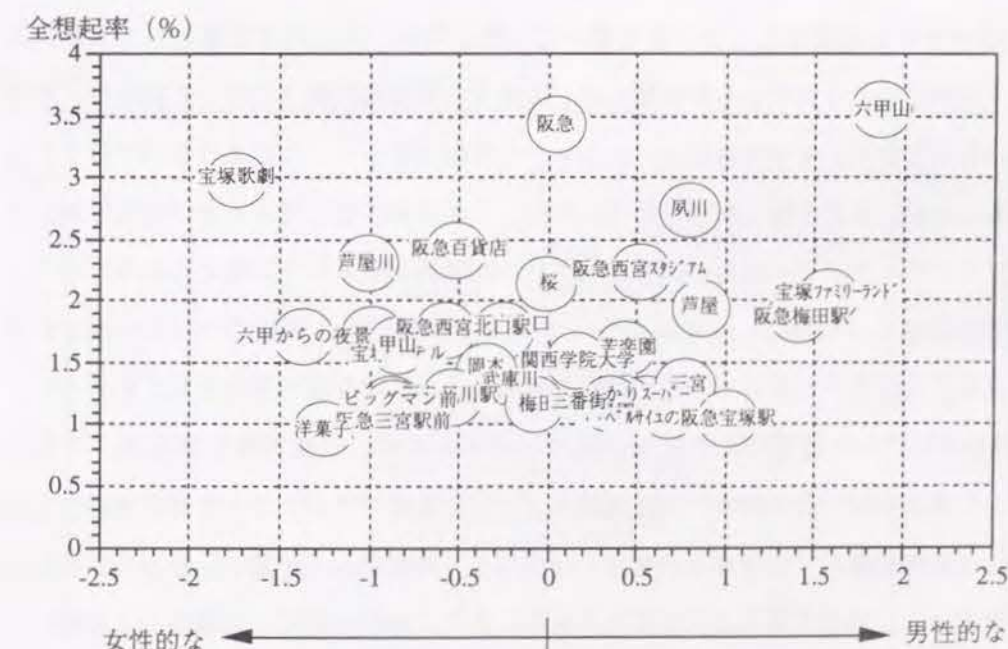


図7-3-8 阪急：属性回帰により「女性的な」軸上で布置された固有名詞

れの固有名詞に対して持たれているイメージが考察できる。

「モダンな—古風な」軸に関しては、「六甲からの夜景」「夙川」「芦屋川」「宝塚歌劇」が「モダン」とイメージされている。一方、「六甲山」及び「桜」「芦屋」については「古風」とイメージされている。「阪急」を含むこれらの固有名詞以外のものは、中間の評価値を中心に概ね一団となっていることがわかる。「モダン」とイメージされている固有名詞については、第5章などの結果からも、土地勘的にも肯定できるものとなっている。また「古風」とイメージされている固有名詞については、風格がある、あるいはクラシカルなイメージがあるというように評価されているように考えられる。

次に「女性的な—男性的な」に関しては、「宝塚歌劇」「六甲からの夜景」「洋菓子」が「女性的」とイメージされ、「六甲山」「宝塚ファミリーランド」「阪急梅田駅」は「男性的」とイメージされていることがわかる。ここでも「女性的」とイメージされている固有名詞については、これまでの第6章などの考察からもズレはない。一方「男性的」とイメージされている固有名詞については、たくましい、あるいは活動的というイメージがあるように評価されているようにも考えられる。

また、両形容詞対軸上で、これまでの本研究における一連の考察においては余り目立った固有名詞ではなかった「六甲からの夜景」が、重要なものとして際だった存在となっている。これについては、沿線地域イメージを評価する上で真に重要な構成要素をLOGMAPモデルを適用することにより見いだし得たのか、あるいは言葉としても類似している「六甲山」と「六甲からの夜景」が、それぞれ形容詞対軸上において両端部に布置されていることから、モデル適用上のなんらかの要因によって、このようなペアリング関係となるのかが、まだ十分に解明されていない。この点に注意してみると「宝塚歌劇」と「宝塚ファミリーランド」にも、同様のペアリング関係があるように考えられる。ペアリング関係の有無については、LOGMAPモデルのモデルに関する構造についての検討が必要とされるように思われるので、この問題の解明については今後の課題としておきたい。

LOGMAPモデルの適用による阪急沿線の地域イメージの形成方策を考える。今後「モダン」あるいは「女性的な」沿線地域イメージを重視していくことを考える場合には、「宝塚歌劇」「六甲からの夜景」「夙川」「芦屋川」「洋菓子」などの固有名詞を計画要素として重視することが必要とされる。また、その一方で「六甲山」「宝塚ファミリーランド」「阪急梅田駅」などにおける「男性的」な要素については、これを中和する施策を実施することが必要とされることが明らかになった。

(2) 近鉄におけるLOGMAPモデルによる属性回帰分析の考察（固有名詞）

LOGMAPモデルを適用し属性回帰分析を行ったもののうちで、近鉄を特徴づける形容詞対の「にぎやかな—さびしい」については図7-3-9、「おしゃれな—やぼったい」は図7-3-10、「モダンな—古風な」は図7-3-11に、その結果を示している。この三つの図に関して近鉄の固有名詞は、阪急の場合に比べて各属性軸上の中央値周辺に多くが布置されていることがわかる。

また阪急のときには、あまり目立たなかったが鉄道本体の「近鉄」については「にぎやかな—さびしい」と「おしゃれな—やぼったい」の二つの形容詞対軸上で端部に存在し、沿線地域イメージと大きな関係にあることがわかる。これは第5章の連想確率の考察においても、「近鉄」のイメージ要素連結度は19であり、全鉄道沿線における固有名詞の中でも第1番目に大きな値であったことと関係しているように考えられる。

図7-3-9の「にぎやかな—さびしい」軸上でも、「近鉄」が一つ飛び離れて「さびしい」とイメージされ、それ以外の固有名詞は一団になっている。強いて「近鉄」以外のものを見ると、やはり「さびしい」に「生駒山からの夜景」がイメージされている。一方、やや「にぎやか」とイメージされているのは「伊勢志摩」や「なんば」である。

次に図7-3-10の「おしゃれな—やぼったい」についても「近鉄」が「やぼったい」とイメージされている。また「生駒山」や「日本橋」もやや「やぼったい」とされている。一方「おしゃれな」については「難波」がイメージされている。近鉄沿線最大の繁華街であ

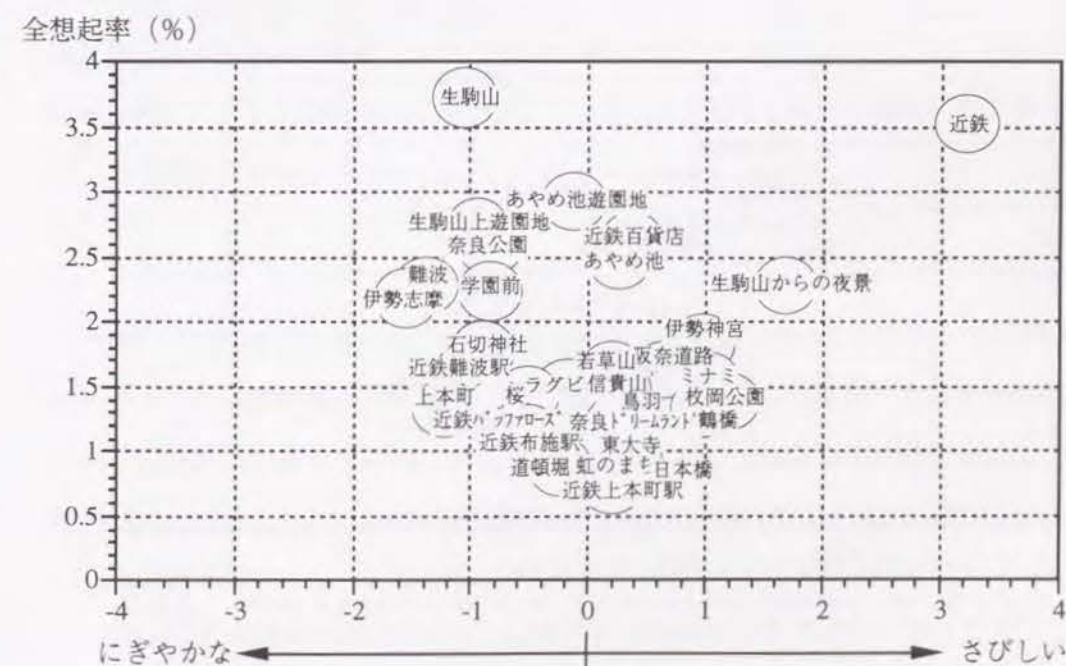


図7-3-9 近鉄：属性回帰により「にぎやか」軸上で布置された固有名詞

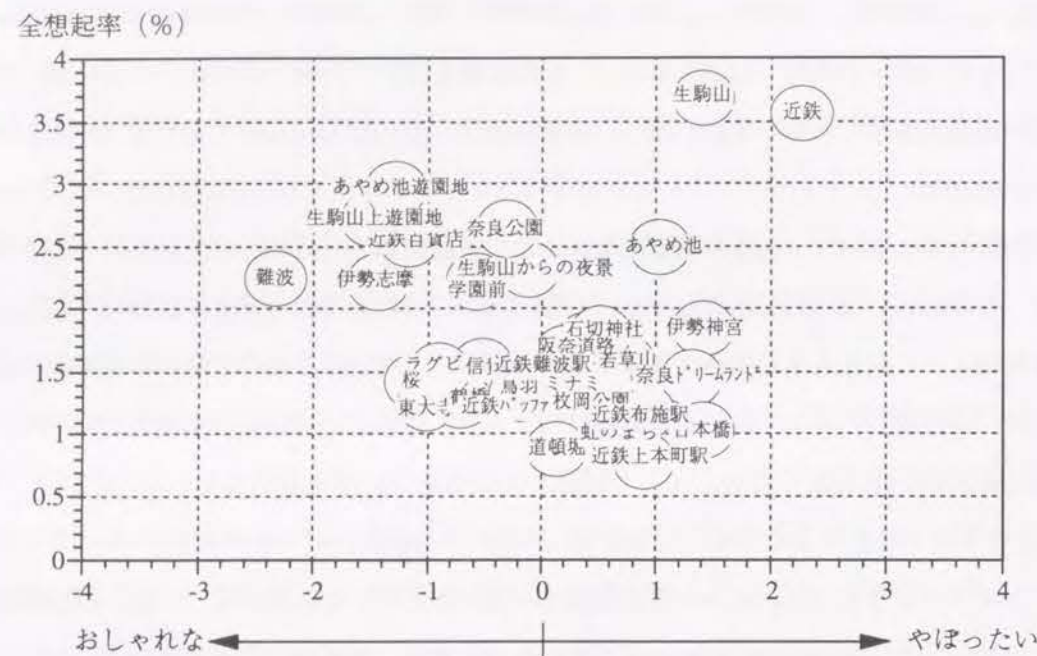


図7-3-10 近鉄：属性回帰により「おしゃれな」軸上で布置された固有名詞

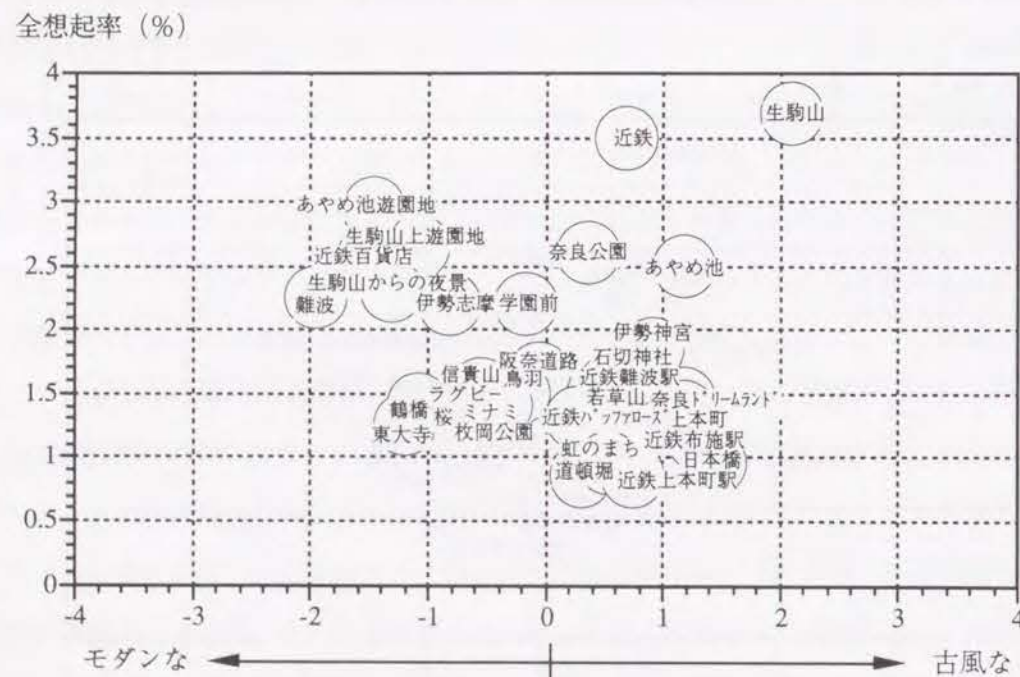


図7-3-11 近鉄：属性回帰により「モダンな」軸上で布置された固有名詞

る「難波」については、このようなイメージが持たれているのである。このほか「伊勢志摩」「生駒山上遊園地」もやや「おしゃれ」とされている。

また図7-3-11より「モダンな-古風な」については「近鉄」は中央値近くにあり、他の固有名詞との一団に含まれている。ここでは「生駒山」が「古風」とイメージされている。この他「日本橋」「上本町」などもやや「古風」とされている。一方、ここでも「難波」が「モダン」とイメージされていることがわかる。さらに「あやめ池遊園地」「近鉄百貨店」「生駒山上遊園地」が一団となってやや「モダン」とされている。

以上の結果から近鉄では「近鉄」自身が大きなイメージ形成の要素となっている。しかし、そのイメージについては「さびしい」であり「やぼったい」というものであるため、沿線地域イメージの形成に対しては積極的に取り入れる要素になりにくいと考えられる。これに対して「近鉄」と対極の位置にイメージされているのが「難波」である。このために近鉄沿線の地域イメージを考える場合の主要な構成要素として、少なくとも「近鉄」のイメージが全面に出ることは避け、「難波」あるいは「伊勢志摩」や「生駒山上遊園地」との関係がイメージできるものを中心とすることが望ましいと考えられる。

また阪急の「六甲山」と「六甲からの夜景」と同じく、近鉄でも言葉として似ている「生駒山」と「生駒山からの夜景」や「生駒山上遊園地」、あるいは「あやめ池」と「あやめ池遊園地」のように、原点を中心にそれぞれ形容詞対軸上において両端部に布置されている場合がある。ただし「にぎやか」については「生駒山」あるいは「生駒山上遊園地」と「生駒山からの夜景」がペアリング関係があると考えられるように、全ての形容詞対軸で同じペアリング関係の現象が生じているのではなく、阪急の場合とやや傾向が異なるように考えられる。

7.4 まとめ

本章では、構成地物間の類似度をもとに知覚マップを作成する手法である多次元尺度法の一つであるLOGMAPモデルを用いて、沿線地域イメージに関して各構成地物の関係について定量的な把握を試みた。またLOGMAPモデルより得られる知覚マップについて、属性回帰分析により、こうした構成地物間の意味的な関係についての考察を行った。

1. 先ず京王線のうち、京王本線と相模原線それぞれの沿線地域を対象に、同一鉄道会社における沿線間の地域イメージの比較をLOGMAPモデルの適用を通して考察した。

この結果得られた知覚マップから、京王本線は固有名詞が原点周辺に集まり、そのグループも大きなものが少数あることがわかる。一方、相模原線の場合、各固有名詞

は広く分散し、いくつかの小さなグループができていることがわかった。この傾向は、属性回帰分析の結果をもとに各形容詞対の軸上に固有名詞を布置した場合も同様であった。こうしたことから、京王線の中では相模原線の方が京王本線に比べて変化に富んだイメージのある固有名詞から、沿線地域イメージのあることが把握できた。

ただ、属性回帰分析を行う場合、その重相関係数が最も高いものでも0.4程度であった。このために、重相関係数を上げるために固有名詞を30個から15～20個程度に絞って再度、属性回帰分析を行った。これにより重相関係数は0.3～0.6と幾分改善されたが、それでも適合度が高いとは言えない結果であった。これは沿線地域イメージという、いわば一言では語り難いことに対して、固有名詞をいくつかの形容詞対に対応させることになるためであろうと思われる。

2.関西私鉄5社についてもLOGMAPモデルを用いて、その沿線地域イメージの構造を考察した。

(1)想起率上位30位の構成地物（普通名詞・固有名詞）を用いてLOGMAPモデルの適用を行ったが、いくつかの沿線においては β 値が発散して、計算結果が算出されない場合がでてきた。これは、もともとの構成地物が130～150個程度あり、その中から上位30個に限定しているために、30位以下の構成地物との類似関係が除かれ、これらとの距離データが算出されないことが関係しているように思われる。

そこで想起率とともに、各構成地物同士の類似性に関するピボット率を求め、これも考慮して、LOGMAPモデルの適用を行う構成地物の限定を行った。このプロセスは、想起率とともに構成地物の関係性の両面から沿線地域イメージに大きな影響を有する構成地物の抽出を行うものであり、これからの地域イメージを考える場合の計画要素を把握する方法として、さらに洗練することが望ましい。

このようにして想起率とピボット率によって限定された構成地物30個を用いることにより、各鉄道沿線における普通名詞・固有名詞ともにLOGMAPモデルの結果を算出することができた。

(2)この結果知覚マップに各鉄道沿線の構成地物を布置することができた。これより、阪急と阪神の固有名詞についてはx軸、y軸、z軸に関して広く分布しており、近鉄・南海はそれに比べるとややx軸、y軸近傍に集まり、京阪の場合はさらに原点付近に集中していることがわかった。これは阪急・阪神では多様なイメージを持たれている固有名詞が多く、その分布が広く拡散し、近鉄・南海さらに京阪になるとイメージ上は類似したものと考えられる固有名詞が多いことを示している。このよ

うな関係の把握が容易なことがLOGMAPモデルの特色であるということができる。

(3)各構成地物の関係の意味についての考察を行うために第6章で沿線地域イメージと関係すると考えられる形容詞対を抽出したが、その内の5対を被説明変数、知覚マップの座標値を説明変数とする属性回帰分析を行った。

この結果は京王線の場合と同様、重相関係数が高いものでも0.3程度であり、適合度が良いとはいえない結果となった。そこで、やはり京王線の場合と同様の考え方で構成地物を30個から15個程度に絞ることにした。これは、想起率によるものの他に、各形容詞対について構成地物のイメージプロフィールの分布形上に関して「どちらでもない」が突出しているものや、二つのピークをもつものなど、その形容詞対では評価しにくい構成地物を除外することによる限定法も行った。このような工夫を行った結果、重相関係数は0.6程度に改善された。

(4)こうして求められた形容詞対の軸上に各沿線の構成地物を布置した。ここでは阪急と近鉄を事例にとって各沿線の構成地物がどのようなイメージによって規定されているのかを考察した。各構成地物が持つ沿線地域イメージ上の大きさを把握するために縦軸に想起率、横軸に形容詞対軸上の値をとり、図化を行った。

ここでも知覚マップと同様、阪急は近鉄に比べて各形容詞軸に広く分布していることがわかった。

阪急を特徴づける形容詞対は「モダンな—古風な」「女性的な—男性的な」であり、「モダン」とイメージされているのは「六甲からの夜景」「夙川」「芦屋川」「宝塚歌劇」、古風は「六甲山」「桜」「芦屋」とイメージされている。また「女性的」では「宝塚歌劇」「六甲からの夜景」「洋菓子」、男性的では「六甲山」「宝塚ファミリーランド」「阪急梅田駅」がイメージされている。ここで「六甲からの夜景」については、確かに六甲山から大阪湾の夜景については「百万ドルの夜景」と呼ばれているが、本研究の各章において、それほど大きなイメージを持つ構成地物であるとは認識されなかったものである。LOGMAPモデルによって、このような新たな構成地物についても抽出ができたと考えることができるのか、あるいは言葉として似ている「六甲山」と「六甲からの夜景」は形容詞対軸上では対極の位置にあり、なんらかのモデル適用上の要因によってこのようなベアリング問題が起こるのかについては、今後の課題として検討する必要がある。

近鉄を特徴づける形容詞対は「にぎやかな—さびしい」「おしゃれな—やぼったい」「モダンな—古風な」である。ここでは鉄道本体である「近鉄」がひとつ飛び

離れて「さびしい」、「やほったい」とイメージされている。これは「近鉄」のイメージ要素連結度が19と全ての沿線・構成地物の中でも最も大きな値であることと関係しているように考えられ、近鉄の沿線地域イメージに大きく関係していることがわかる。この他には「生駒山からの夜景」がやや「さびしく」、「伊勢志摩」「なんば」についてはやや「にぎやか」とイメージされている。

また「生駒山」「日本橋」はやや「やほったい」、やや「おしゃれ」についても「なんば」がイメージされている。さらに「モダン」についても「難波」、一方の「古風」については「生駒山」がイメージされている。

ここでも阪急と似て「生駒山」と「生駒山からの夜景」のようなペアリング問題があるようにも思われる。

(5)LOGMAPモデルを適用して、各沿線の構成地物について、その類似性をもとに地域イメージの評価と関わり合いの強い形容詞対軸上への布置を行うことによって、沿線地域イメージと構成地物間の関係を把握することができた。

第7章参考文献

- 1)片平秀貴：「マーケティング・サイエンス」，東京大学出版会，1987.
- 2)西井和夫：地域イメージとその構成に関する風土分析手法，土木計画学研究・講演集No.14(1)，pp.213～220，1991.
- 3)西井和夫・竹林幹雄・三浦啓江：イメージ分析におけるLOGMAPの適用性に関する研究，土木計画学研究・講演集No.16(1)，pp.453～460，1993.
- 4)西井和夫・竹林幹雄・三浦啓江：LOGMAPモデルの童話イメージ分析への適用：「人魚姫」を対象として，風土分析国際ワークショップ論文集，pp.159～163，1994.
- *5)西井和夫・土井勉・木内徹・三浦啓江：LOGMAPモデルの鉄道沿線イメージ構造分析への適用：京王線路線間比較，第30回日本都市計画学会学術研究論文集，pp.247～252，1995.
- *6)西井和夫・三浦啓江・土井勉：LOGMAPによる阪急沿線イメージの構造分析，土木学会第50回年次学術講演会，1995.
- *7)西井和夫・土井勉・木内徹・三星昭宏・三浦啓江：LOGMAPにおける属性回帰に関する実証的検討：鉄道沿線イメージ分析を例として，土木計画学研究・講演集・No.18，PP.27～30，1995.
- *8)西井和夫・土井勉・三浦啓江・棚橋美佐緒：鉄道沿線イメージ構造把握のためのLOGMAPにおける属性回帰：実証的研究，土木計画学研究・論文集・No.13，1996。（掲載予定）

（本研究の一部は、以上の*印の論文に発表されている。）

第8章 地域イメージの総合的な 評価と計画実現のための方法

第8章 地域イメージの総合的な評価と計画実現のための方法

8.1 地域イメージの構造把握手法に関するまとめ

ここでは、鉄道沿線地域のイメージを形成する要素の把握をめざして、本研究中の各章で用いた各手法について取りまとめる。

(1) 鉄道を軸とした沿線地域イメージの形成過程についての歴史的な考察

大阪市を中心に鉄道が敷設された1910年代から、沿線の事業メニューが出そろった1930年代に至る期間を中心に、主として阪神間における鉄道事業と、それに連動して行われた都市開発事業、テーマパークやイベント、生活文化事業などについて沿線地域イメージの形成という視点からの考察を行った。

鉄道会社は、経営の安定化を図るために定常的な鉄道利用者の増加については郊外住宅地の開発や学校誘致を行い、一方非定常的な利用者の増加に関しては観光地への誘致やテーマパークの開設、イベントの開催などを行っている。

鉄道敷設によるアクセシビリティの向上は、環境悪化が進む都心部の人々に対して郊外における居住を促した。とりわけ阪急が1910（明治43）年に池田室町において、わが国で最初に行った分譲式の郊外住宅地の販売は俸給生活を行うサラリーマン層に受け入れられ、これ以降の沿線における郊外住宅地開発について方向付けを行った。さらに、沿線に多くの住宅適地があったことから阪急沿線における郊外住宅地開発が一層進み、その結果「理想の住宅地」と言われるようになった。

また、テーマパークやイベントも各鉄道会社において、それぞれ独自のカラーを出して積極的に取り組まれた。阪急の宝塚新温泉（現在の宝塚ファミリーランド）や宝塚少女歌劇（現在の宝塚歌劇）、近鉄のあやめ池遊園地や花園ラグビー場、近鉄バッファローズ、南海の淡輪遊園地、京阪の枚方パークや枚方菊人形、阪神の甲子園球場や阪神タイガースなど各鉄道会社を代表する様々な事業が数多く誕生したのである。このような事業の積み重ねによって沿線に居住する人々、あるいは来訪する人々が増加し、同時にターミナルの利用者も増加した。この機会を生かして、1929年に阪急の梅田駅にわが国最初のターミナル百貨店の開設が行われ、ターミナルにおける商業集積が増大するきっかけとなった。

このような時代に誕生した郊外住宅地開発、テーマパークやイベントの開催、ターミナル百貨店の開設などの沿線開発事業は、その後も多くの鉄道会社が取り組むものとなり、各鉄道沿線のイメージの形成に関わる重要な要素となったのである。

また、鉄道会社の行った沿線開発事業に加えて、特に阪神間では、文学の谷崎潤一郎、生協運動の賀川豊彦、美術コレクターの大谷竹次郎など多彩な有力者が様々な活動を行っている。鉄道会社の行う事業とは別に、こうした沿線地域における人々の活動も、沿線としての地域イメージを形成する上で大きな役割を果たした。

こうして鉄道沿線に沿って行動や意識が連携し、沿線沿いに地域のまとまりが形成されたことが、地域の歴史的な考察を行うことにより明らかにすることができた。このような傾向は阪急沿線のみならず関西の他の鉄道沿線も類似していることも把握した。

したがって地域イメージの形成を考える場合に、その切り口として鉄道の沿線地域が存在するように考えることができる。また地域イメージの計画を考える場合に、その当該地域に関する歴史的な考察を行うことは、地域に対する理解を深め地域イメージについての計画を考えるために不可欠の事柄であることを示すことができた。

なおこうした鉄道会社の事業を中心とした民間事業の歴史的な考察以外にも、行政施策による地域形成史や社会的あるいは文化的な側面からの沿線地域イメージの形成史に関する考察を行うことが今後の研究課題として残されている。

(2) 構成地物の想起率による考察

鉄道沿線の地域形成に関する歴史的な考察を踏まえて、現在の鉄道沿線の地域イメージを構成する要素として構成地物（ここでは沿線地域イメージに関係すると思われる普通名詞と固有名詞）について想起率を用いた定量的な考察を行った。

事前に十分な準備を行って収集した構成地物を用いて鉄道沿線の地域イメージに関する主要な要素を抽出する場合においては、本研究で用いた制限言語連想法と自由連想法では計画要素の抽出結果に差がないことを京王線の調査結果をもとに明らかにした。したがって、自由連想法を採るか、制限言語連想法とするかについては、調査目的や調査票の配布方法などによって適切なものを選択することになるが、調査後に自由連想法の場合には広範囲に渉る構成地物の整理と集計に多くの作業時間を要するのに対して、制限言語連想法の場合にはこの過程が簡略化される利点があると考えられる。特に調査対象地域が広くなれば自由連想法による構成地物の回答の広がりもそれに連れて大きくなり、集計作業量も膨大なものとなるために、集計の容易な制限言語連想法を用いることが適切であるように考えられる。また鉄道沿線の地域イメージに関係する主要な要素として、その想起率を25%～30%以上とした場合には各沿線の普通名詞・固有名詞はともに30個程度となることが確認できた。

想起率が高い普通名詞は「住宅地」「山」「公園」「駅」など「日常生活圏」に係る

るものが多く、この傾向は阪急・近鉄・南海・京阪・阪神の全ての各鉄道沿線で共通している。ここでいう「日常生活圏」とは、人々が一つのまとまった地域としてイメージする範囲とその中に存在すると考えられる要素からなるものである。したがって、これは「地域」についてのアーキタイプ（元型）と考えることもできる。そこで普通名詞の場合には近鉄の「商店街」が想起率75.9%というような、他の鉄道沿線とは異なり、特定の沿線のみで想起率の高いものや、逆に京阪の「山」（37.1%）のように特定の沿線だけで想起率が低いものなどが、地域の個性と関わりがあるように考えられる。

固有名詞については各鉄道沿線ともに「六甲山」「生駒山」「淀川」などの自然に関するものと「宝塚歌劇」「あやめ池遊園地」「高島屋」「枚方菊人形」「甲子園球場」など各鉄道沿線におけるイベント、テーマパーク、ターミナル百貨店などが高い想起率となっている。この他にも沿線で有名な「芦屋」（阪急）のような住宅地、「枚方市駅」（京阪）のような駅、仁徳天皇陵（南海）や奈良公園（近鉄）西宮神社（阪神）のような史跡・文化財などの想起率も高い。

しかし、第2章で重要と考えていた地域の人物については南海の「与謝野晶子」を除い

表8-1-1 固有名詞の想起率・イメージ要素連結度

	阪急	近鉄	南海	京阪	阪神
想起率 (%)	1 六甲山 87.7	1 生駒山 91.1	1 高野山 72.0	1 枚方菊人形 83.9	1 阪神 93.3
	2 阪急 86.1	2 近鉄 87.5	2 高島屋 72.0	2 淀川 80.6	2 甲子園球場 81.7
	3 宝塚歌劇 74.6	3 あやめ池遊園地 72.3	3 南海 67.7	3 枚方パーク 80.6	3 瀬の生一本 76.7
	4 夙川 68.0	4 生駒山上遊園地 66.1	4 仁徳天皇陵 66.7	4 京阪 75.8	4 甲子園阪神パーク 73.3
	5 阪急百貨店 59.0	5 奈良公園 64.3	5 なんばCITY 63.4	5 松下電器 64.5	5 国道43号線 71.7
	6 芦屋川 55.7	6 近鉄百貨店 63.4	6 東北ニュータウン 63.4	6 京阪枚方市駅 54.8	6 六甲山 70.0
	7 阪急西宮駅ビル 54.9	7 あやめ池 61.6	7 難波 55.9	7 国道1号線 53.2	7 武庫川 68.3
	8 桜 52.5	8 生駒山からの夜景 56.3	8 岸和田だんじり祭 54.8	8 京都競馬場 50.0	8 武庫川団地 66.7
	9 宝塚ファミリーランド 50.8	9 難波 55.4	9 堺東 53.8	9 菊 46.8	9 西宮神社 63.3
	10 芦屋 47.5	10 伊勢志摩 54.5	10 大和川 51.6	10 枚方 46.8	10 阪神タイガース 60.0
イメージ要素	1 阪急 16	1 近鉄 19	1 南海 10	1 淀川 9	1 甲子園球場 9
連結度	2 宝塚歌劇 11	2 生駒山 9	2 難波 9	2 京阪 9	2 阪神 6
	3 夙川 9	3 伊勢志摩 6	3 堺東 7	3 京橋駅 6	3 武庫川 5
	4 六甲山 8	4 生駒山上遊園地 5	4 高島屋 6	4 枚方市駅 5	4 国道43号 5
	5 梅田駅 7	5 あやめ池遊園地 5	5 なんばCITY 6	5 枚方菊人形 5	5 夙川 4
	6 西宮北口駅 7	6 奈良公園 5	6 岸和田だんじり祭 5	6 枚方パーク 4	6 西宮神社 4
	7 西宮北口 6	7 近鉄百貨店 5	7 難波駅 4	7 枚方 4	7 甲子園阪神パーク 3
	8 西宮スタジアム 6	8 生駒山夜景 4	8 高野山 4	8 菊 4	8 西宮宮水 3
	9 阪急百貨店 5	9 あやめ池 3	9 仁徳天皇陵 3	9 香里園 3	9 阪神高速道路 3
	10 宝塚駅 4	10 難波 3	10 東北ニュータウン 3	10 京阪モール 3	
	西宮北口再開発 4	難波駅 3			
	芦屋川 4	ミナミ 3			
	甲山 4	上本町 3			
	桜 3				

それぞれ上位10位までを掲載

表8-1-2 想起率のコト・モノ分類

各沿線 共通		沿線 個別	
普通名詞	固有名詞	普通名詞	固有名詞

コト	活動 イベント 景色 歴史性
モノ	バス エッジ ディストリクト ノード ランドマーク

て高い想起率のものを見いだすことはできなかった。これは現在の沿線地域のイメージと関連して想起率を調べているために、物的なものやイベントなどの想起率は高くなるのに対して、過去の人物とは関連が付きにくいと考えられる。

想起率の高い構成地物をみると、各鉄道沿線に共通した機能を持つものと、各沿線毎に独自の機能のもの

とがある。各鉄道沿線の特徴づける構成地物を把握するために、構成地物を各鉄道沿線に共通するものと沿線毎に独自のものに大きく分類した。次にこの分類をもとに、物的なものを表す<モノ>とソフトな事柄を表す<コト>に分類し、さらに<モノ>についてはK.リンチが提示した都市イメージの構成要素である<パス><エッジ><ディストリクト><ノード><ランドマーク>の5つに、<コト>については高い想起率の構成地物を分析することにより<活動><イベント><景色><歴史性>の4つに分類整理した(表8-1-2)。これを想起率のコト・モノの分類という。

想起率のコト・モノの分類により、各鉄道沿線の特徴づける構成地物を見ると、<モノ>のうちパスについては「鉄道」、エッジは「河川」、ディストリクトは「住宅地」「公園」及び各沿線のテーマパーク、ノードは「駅」、ランドマークは「山」及び各ターミナル百貨店の想起率が高いことが把握できた。<コト>については「宝塚歌劇」(阪急)、「ラグビー」(近鉄)、「岸和田だんじり祭」(南海)、「枚方菊人形」(京阪)、「阪神タイガース」(阪神)というように、その沿線を代表するイベントに関する想起率が高く、これらが各鉄道沿線の地域イメージに大きな影響のあることが定量的に把握できた。また都市施設や自然など物的なくモノ>だけでなく、地域のイベントなど活動・事柄に関する<コト>についても沿線の地域イメージに大きな関係があることも明らかにできた。

このように構成地物のコト・モノ分類を用いることにより、現在の地域イメージを形成する要素の抽出と、その特徴を把握することができる。

さらに、新たな地域イメージの形成を考える場合には、この表において構成地物が出現しない欄に何を入れるのかを考えることにより、新たな計画要素を掘り起こすことが可能になる。

(3) 連想確率による考察

構成地物間において、それを連想する割合を連想確率と呼び、連想確率の値の上位5%以上を構成地物間の連想があると考えて沿線地域イメージの構造を考察する対象とした。また、連想があると考えられる連想確率間の結びつきに関する矢印の数をイメージ要素連結度と名付け、構成地物間の連想の広がりを示す指標と考えた(表8-1-1)。

阪急の「西宮北口駅」、近鉄の「伊勢志摩」のように、イメージ要素連結度の大きな構成地物は必ずしも想起率の大きなものとは限らず、連想確率は想起率とは異なった視点から沿線イメージを構成する要素について把握することができる。また連想確率よりコトとモノ、モノとモノだけでなくコトとモノに関する構成地物間についても連想関係のあることが把握できた。

普通名詞の連想確率より、いくつかの名詞を中心にして連想のグループ(集塊)が存在することがわかった。例えば「住宅地」や自然についての連想のグループは各鉄道沿線地域に共通して存在することがわかった。この連想のグループは想起率に関する「日常生活圏」と同様に、普通名詞の連想関係からみたアーキタイプを示すものと考えることができる。これをベースに各沿線地域の連想関係は、それぞれ沿線固有の状況によって違いが出るように考えられる。

固有名詞についても連想のグループが存在し、各鉄道を中心とするもののグループが最も大きく、この中にはイベントを中心とするサブ・グループをはじめ、いくつかのサブグループが存在する。また、鉄道を中心とするグループとは接点が乏しいが固有名詞としての「山」や「河川」など自然に関する連想のグループも存在する。これより例えば自然関係の固有名詞と鉄道に関連する固有名詞を計画要素とする場合では、イメージ形成上の影響範囲は明確に異なることがわかる。

普通名詞や固有名詞について、連想のグループの中心となる「住宅地」や「鉄道」、「山」などは総じて想起率も高く、イメージ要素連結度の値も大きい。一方、普通名詞における阪急の「交通」や固有名詞の「難波」(南海)は、想起率ではそれほど高い値ではないが、イメージ要素連結度の値は大きく、連想のグループの中心になるものがあることも明らかとなった。

構成地物の連想関係を把握するために、意味的な分類に基づく布置や地理的位置によるイメージマップなどの作成を行った。固有名詞については地理的イメージマップにより、各鉄道でイメージされている沿線地域の空間的な広がりを把握できることがわかった。なお、地理的イメージマップにより同じ阪神間に敷設されている阪急と阪神でも、沿線地域

イメージの空間的な広がりや、山側と浜側に路線が位置することによって連想される固有名詞の違いについてもビジュアルに把握することが可能となった。

このように地域イメージの空間的な広がり把握のために、地域イメージ形成を計画上で考える場合に一度は、地理的位置によるイメージマップを作成することが望ましいと言えることができる。

また連想確率を用いることにより、着目する特定の構成地物を中心とした連想構造の把握を行ない、その構成地物を計画要素として考えた場合に、他の構成地物に対するイメージ上の影響の広がりについても把握できることが明らかになった。したがって地域イメージの形成についての計画を考える場合に、想起率が高いものを計画要素として考えるだけでなく、連想構造の広がりについても着目することが望ましい。

(4) SD法による考察

普通名詞についてはアーキタイプの要素があることを背景として、各沿線地域における一般的な「まち」のイメージについての評価を、固有名詞からは沿線地域固有のイメージ評価の把握を目的として、普通名詞と固有名詞の二種類の名詞を対象に11組の形容詞対によるSD法の調査を行った。ここでイメージ評価の対象である構成地物は、調査対象者本人が選択したものであり、評価結果については信頼性が高いように考えられる。

各鉄道沿線の地域イメージを構成する主要な固有名詞に対するイメージプロフィールを見ると、阪急・近鉄・京阪の3沿線では各固有名詞の評価が類似していることがわかった。また阪急の沿線地域のイメージ評価については特に「宝塚歌劇」が影響しているように思われる。一方、南海では「高野山」と「岸和田だんじり祭」、阪神では「甲子園球場」と「国道43号」がそれぞれの沿線の中でも他の固有名詞とは異なって、独自のイメージプロフィールを持っていることがわかった。近鉄・京阪の場合には各沿線地域の評価と個々の固有名詞のイメージ評価には多少の差はあるが、全体の印象としてはともに似た傾向となっている。

各沿線地域の主要幹線道路である阪神の「国道43号」や京阪の「国道1号」は共に地域の人々から「やばったい」「暗い」イメージと評価されていることも明らかになった。

各沿線地域で固有名詞と普通名詞で意味的に対応するものに関して、SD調査によるイメージ評価を対応づけて考察を行った。これより各沿線ごとに普通名詞のイメージ評価には差はないが、固有名詞の場合には評価の差があるものに「山」「河川」「イベント」がある。各沿線におけるランドマーク的な自然物である固有名詞の「山」や「河川」、あるいは沿線の名物である「イベント」について、それぞれ明確なイメージを持たれているた

めにそのイメージ評価にも沿線毎の差が出るものと考えられる。

一方、各鉄道沿線において普通名詞と固有名詞で類似したイメージプロフィールを持つものに「鉄道」と「公園」がある。ここで普通名詞の「公園」に対応する固有名詞として取り上げたものは、阪急の「宝塚ファミリーランド」など各鉄道沿線のテーマパークである。これまでの考察においても普通名詞の「公園」は「日常生活圏」に存在するようなものとしてイメージされていた。こうした「公園」と各鉄道沿線におけるテーマパークのイメージ評価が類似している傾向があることから、テーマパークを計画要素として地域イメージの形成を考える場合、その計画内容を十分に吟味しないと、普通の公園と変わらないイメージ評価となることが考えられ、個性化を促進する機能は小さくなることが考えられるので注意を要する。

次にSD調査の結果をもとに因子分析を行った。この結果HARD/SOFTとWARM/COOLの2つの因子軸を見出した。因子軸に対して各沿線ごとに普通名詞とそれに対応する固有名詞の因子得点を布置し、この2点間の角度と距離を求め、これを個性評価値と名付けた。これは普通名詞に対して固有名詞が持つイメージ評価の差を示す指標であるといえる。HARD/SOFTとWARM/COOLの2因子は色彩計画を行う際に用いる言語のイメージスケールと類似することから、これを参考にして2軸を合計8象限に区分するピザ・チャートを作成した。これを各構成地物の因子分析結果に対して用いることにより、構成地物の計画要素としての意味付けや、これからの地域イメージについての望ましいイメージ評価の方向へと導く要素の抽出、さらにこれらについて色彩計画などによるイメージの形成計画への展開に関する示唆を得ることができるものと考えられる。ただ、ピザ・チャートについてはまだ事例の蓄積も多くはなく、これからデータの蓄積と手法適用についての洗練を行うことが課題となる。

(5) LOGMAPモデルによる考察

LOGMAPモデルは1985年に片平秀貴によって開発されマーケティングの分野において、例えば同一の製品分野に関して互いに競合しているブランドを消費者がどのように認識しているのかを知覚マップとして多次元空間上に図示するために使われているものである。ここでは沿線地域のイメージ構造を定量的に分析するために、構成地物に関する類似度データを用いてLOGMAPモデルの適用を行った。

実際に京王線の京王本線と相模原線、及び関西の5私鉄沿線の各地域にLOGMAPモデルの適用を行い知覚マップの作成を行った。これにより沿線ごとの地域イメージと構成地物間の関係や、沿線地域イメージの中で各構成地物がどのようにイメージされているのか

を把握することができた。

LOGMAPモデルから得られる知覚マップより、京王線の場合は京王本線が原点の近傍に多くの固有名詞が分布し、相模原線では固有名詞の分布が広い範囲にわたっていることがわかった。これより京王本線の沿線地域がやや平坦なイメージであるのに対して、相模原線は変化に富んだ多様なイメージのあることが示唆された。このように同一の鉄道会社線でも、路線が異なれば沿線地域イメージにも違いがでることがわかった。

関西5私鉄の沿線地域に対してもLOGMAPモデルの適用を行い知覚マップの作成を行った。これより、阪急と阪神が比較的広い範囲にわたって構成地物の分布が見られる。次いで近鉄・南海がやや原点に近く、京阪がこの5鉄道沿線地域の中では最も原点近傍に構成地物が分布していることがわかった。これより、阪急・阪神の沿線地域では多様なイメージのある構成地物より形成されているように考えられる。これに比べて近鉄・南海や京阪の沿線地域のイメージについては、より相互に類似した構成地物により形成されていることが考えられる。

またLOGMAPモデルの適用により得られる知覚マップの座標値に対して、阪急と近鉄の固有名詞を事例に、SD調査で用いた形容詞対による属性回帰分析を行い、各構成地物の類似性とそのイメージ評価についても考察を行った。

阪急沿線の固有名詞は各形容詞対軸上に広く分布している。このうち「宝塚歌劇」「六甲からの夜景」などが[女性的][モダン]とイメージされ、一方「六甲山」「宝塚ファミリーランド」などが[男性的]あるいは[古風]とイメージされていることが明らかになった。したがって、今後の阪急沿線の地域イメージ形成を考える場合については「宝塚歌劇」や百万ドルの夜景といわれる「六甲からの夜景」を重要な計画要素と考えることが望まれる。また「六甲山」「宝塚ファミリーランド」についても地域イメージの形成を考える場合には十分に考慮する必要があることが明かとなった。

次に近鉄沿線の固有名詞は阪急に比べて原点近くに分布している。個別の固有名詞については鉄道本体の「近鉄」が飛び抜けて[さびしい]や[やほったい]の端部に位置し、強くこのようにイメージされていることを見い出すことができた。一方「難波」が「近鉄」との対極となる[にぎやか][おしゃれ]あるいは「モダン」についての端部にある。また「生駒山」「あやめ池」も[やほったい][古風]とイメージされている。一方「伊勢志摩」は[にぎやか][おしゃれ]、「生駒山上遊園地」は[おしゃれ][モダン]とイメージされている。したがって、今後の近鉄沿線の地域イメージ形成を考える場合、先ず「近鉄」のイメージを如何に扱うのかが大きな問題であり、次に「難波」を計画

要素として、どのように取り込むのかが課題となることがわかる。

LOGMAPモデルを用いると、ここで示すように地域イメージを考える場合に重要な計画要素の抽出と、その意味付けが比較的容易に行うことができるように考えられる。

ただLOGMAPモデルを用いて地域イメージの考察を行った研究は西井和夫ら¹⁾の一連のものが先進的な取り組みであり、まだ実績が少なくモデル適用に関する洗練が今後の課題となる。

例えば、関西私鉄の5鉄道沿線地域にLOGMAPモデルを適用した場合に130～150個程度の構成地物から想起率の上位30位に限定すると、 β 値が発散して、結果が算出されないケースが生じた。これは構成地物を限定することにより、30位以下の類似データが除かれたことによるものと考えられる。そこで、想起率だけでなく構成地物間の類似度を示すピボット率という概念を考慮することにより、構成地物の限定を行うことにより、すべての沿線においてLOGMAPモデルの結果を算出することができた。ここで用いたピボット率を考慮した構成地物限定のプロセスについては、さらに洗練することにより、計画要素としての構成地物を限定する手法となりうるように考えられる。

また、京王線の場合も関西5私鉄沿線地域の場合においても、属性回帰分析における重相関係数が低いという課題がある。これに対して、ここでは構成地物をさらに限定することにより、重相関係数を上げる試みを行っている。15個程度に絞ると重相関係数はかなり向上する結果が得られた。

さらに形容詞対軸上に布置された固有名詞について言葉の上で似ている阪急の「六甲山」と「六甲からの夜景」が両端部に分かれて出現している。同様のことは近鉄の「生駒山」と「生駒山上遊園地」にも見られる。これは偶然このような結果になったのか、それともLOGMAPモデルの手法自体に内包されたものなのかについても、まだ明らかになっていない。こうした諸課題の対応については、さらに今後の課題として検討を深める必要がある。

(6) 地域イメージの構造把握手法に関するまとめ

以上の諸手法を用いることにより、沿線地域イメージに大きな影響を有する計画要素やイメージ構造について把握することができる。ここではこれらの手法の整理を行う。

地域イメージに関する計画を考える場合、先ずその空間的な範囲を定める必要がある。図8-1-1に示す、地域イメージの構造把握プロセスにおいてはこれを「対象地域の選定」と名付けた。本研究では鉄道の沿線地域について考えることとしたことが、該当する。

次に地域の歴史・文化をはじめとする地域性を把握することが必要とされる。本研究で

は特に鉄道の沿線地域形成について鉄道会社の事業と関連して考察しているが、これは地域イメージを理解し、構成地物の抽出を行うためには不可欠なプロセスである。また例えば高い想起率の構成地物などについて計画要素として考える場合においても、その計画上の取り扱いを考える場合にも歴史・文化的な考察を抜きすることはできない。

このような地域の特性を踏まえて本研究では構成地物を抽出し、これを用いて地域イメージを形成する主要な要素とその関係性の把握や、それらの評価を知るために対象地域に勤務地や学校がある人々を対象として調査を行っている。これはいわば「内から視線」による地域イメージを把握するものである。調査の対象者としては本研究の考え方とは別

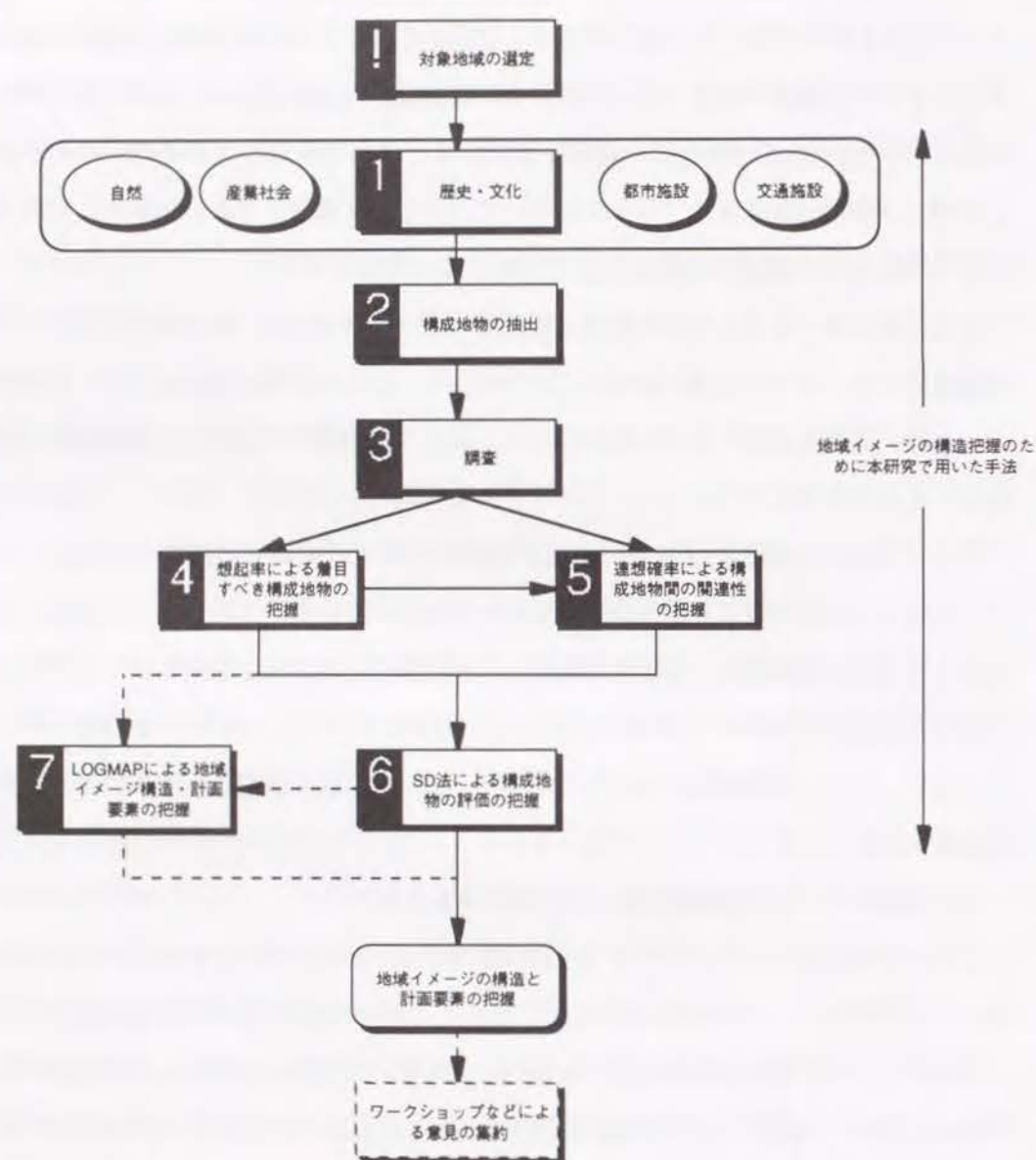


図8-1-1 地域イメージの構造把握プロセス

に、来訪者などを対象としていわば「外からの視線」による地域イメージを把握することも考えられる。この場合「内」と「外からの視線」を対比することにより新たな地域イメージ形成方向の示唆を得る可能性があるように考えられる。

調査により得られた結果をもとに構成地物の想起率や連想確率、SD法によるイメージ評価、LOGMAPモデルによる考察を行っている。

地域イメージの構成要素を把握するために最も重要なものは想起率による考察である。これによりいかなる構成地物が地域イメージとどの程度関連付けて考えられているのかを定量的に把握することができるからである。したがって、想起率の値によって計画要素と考えられる構成地物を絞り込むことにより、比較的容易に他分析の手法を適用することが可能となる。また、想起率を分類整理するために提案したコト・モノ分類表を用いることにより、地域イメージとの関係で重要な構成地物の把握ができるとともに、高い値を持つ構成地物がないために空欄になった項目を埋めるために新たな構成地物を考えることにより、これまでとは異なった地域イメージを創造するための示唆を得ることが可能となる。

連想確率については想起率で絞り込みがされた構成地物を対象に相互のイメージ上の関連性を把握するものである。したがって想起率による考察を踏まえることが前提となる。その上で構成地物間の関連性を把握することにより、計画要素として考えた構成地物を操作する場合に、その影響の広がりを把握することができる。したがって、計画要素を考える場合は想起率の値だけで判断するのではなく、連想の広がりの豊かさからも判断することが望ましい。連想確率から多くの構成地物との関連があり、操作可能性も高い構成地物は、計画策定上の重要な要素とすることができる。また連想確率より、地域イメージの空間的な拡がり方についても知ることができることも他の手法では得られないものである。

SD法によるイメージ評価については、想起率と連想確率の二つから絞り込んだ構成地物についての考察を行っている。この評価から、現状のイメージ評価を伸ばすことが望ましいのか、あるいは新たな評価の方向を模索するのかを判断することになる。またこの判断にもとづく望ましい方向に評価されている構成地物を計画要素として着目することが可能となる。ここで提案したピザ・チャートの計画における活用については、イメージ評価と構成地物の関係や、具体的には色彩計画などに対する反映などの可能性が考えられる。

LOGMAPモデルは想起率により限定された構成地物に対して、それぞれの類似性とイメージ上の評価を把握することを目的に検討を行った手法である。知覚マップにより、地域イメージの傾向や構成地物の分布位置から計画要素となるものを把握することが可能であることを確認した。ただ、現段階においては例えば連想確率とSD法とを統合した総合

的な手法とするためには、まだマッピングや属性回帰分析に関する課題があり、今後のデータ蓄積と手法の洗練が望まれる。

以上のような手法を用いた地域イメージの構造分析をもとに、これを計画策定に生かすためには、ここで述べた地域の歴史性の把握、構成地物の抽出、想起率・連想確率・SD法による考察のそれぞれのプロセスを経ることが望ましい。またLOGMAP手法については、現在の段階では地域イメージを構成する要素や構造についての分析として用いることは可能であるが、計画への活用を考えると手法の洗練化が望まれる。

なおSD法やLOGMAPモデルでは現状の人々のイメージ評価についての把握はできるが、これだけでは地域の人々が持つ願望や将来に対する期待などについては十分に把握することは難しい。これについては、ここで得られた沿線の地域イメージとそれを構成する要素に関する考察の結果を実際に計画対象とする地域の人々の前に提示し、それについての感想や気持ちを語ってもらうワークショップなどを行うことによって把握することが望まれるように考えられる。

8.2 各鉄道の沿線地域イメージとその形成方向

このような手法を用いて阪急、近鉄、南海、京阪、阪神という関西の主要な5鉄道沿線に対して、各鉄道沿線の中心都市である西宮市（阪急、阪神）、東大阪市（近鉄）、堺市（南海）、枚方市（京阪）を中心とした、沿線の地域イメージの構造や主要な構成要素とその評価についての把握を行った。ここでは、このような考察から明らかになった各鉄道沿線の地域イメージの構造をもとに、これからの地域計画において地域イメージの形成方向や、計画上注力すべき方向について述べる。

(1) 阪急

① 沿線地域イメージの構造

阪急沿線の地域イメージは、郊外住宅地の開発をベースとして、テーマパークである「宝塚ファミリーランド」やターミナル百貨店である「阪急百貨店」などによって地域形成が行われてきた歴史的背景がある。これが普通名詞の中で「住宅地」の想起率が88.5%と、最も高くなっていることに関係しているように考えられる。

固有名詞の想起率からは「六甲山」「夙川」「芦屋川」「桜」など自然に関するもの以外に、「阪急」「宝塚歌劇」「阪急百貨店」「西宮スタジアム」「宝塚ファミリーランド」など、阪急が実施した事業が阪急沿線の地域イメージの形成に関係することが把握できた。また、連想確率やイメージ要素連結度から阪急の沿線地域のイメージ上の広がり

図8-2-1に示すように西宮市を中心として、市域外の宝塚市、大阪市、芦屋市、神戸市に及ぶことがわかり、鉄道沿線を軸に東西方向と北方向に広がっていることがわかった。この中でも「宝塚歌劇」「夙川」「六甲山」「梅田駅」「西宮北口駅」などが、連想のグループの核としての役割を果たしていることもわかった。これは、第2章でも見たように阪急神戸線開通以来、鉄道事業として高速で大阪―神戸間を結ぶことに注力してきた結果であると考えられる。

阪急沿線は「六甲山」や「夙川」など優れた自然景観の中で形成された郊外住宅地が中心であり、他の4つの鉄道沿線地域に比べて「おしゃれ」「モダン」「明るい」「女性的」というイメージが明確に持たれている。このような評価は、各固有名詞についても似たものとなっている。特にイベントに分類される「宝塚歌劇」のイメージ評価はこの傾向が大きく、阪急の沿線地域のイメージを引っ張っているように考えられる。

阪急沿線の地域イメージの評価についてはビザ・チャートより、区分Vのモダンとなっている。基本的には、これらのイメージ評価を大きく変化させることは望ましくないと考えられる。むしろ、このような地域イメージを保全・育成することをまちづくりの中で重視することが必要である。

② 沿線地域イメージの形成方向

阪急沿線における地域計画を考える場合には、行政単位での計画以外に沿線をイメージが共通する一つのまとまりある地域として考える必要がある。したがって沿線の各都市ごとに計画を策定するのではなく、沿線を切り口にした計画の連携が望まれる。

このような観点から阪急の沿線地域イメージの形成方向を考えると、基本的に現在のイ

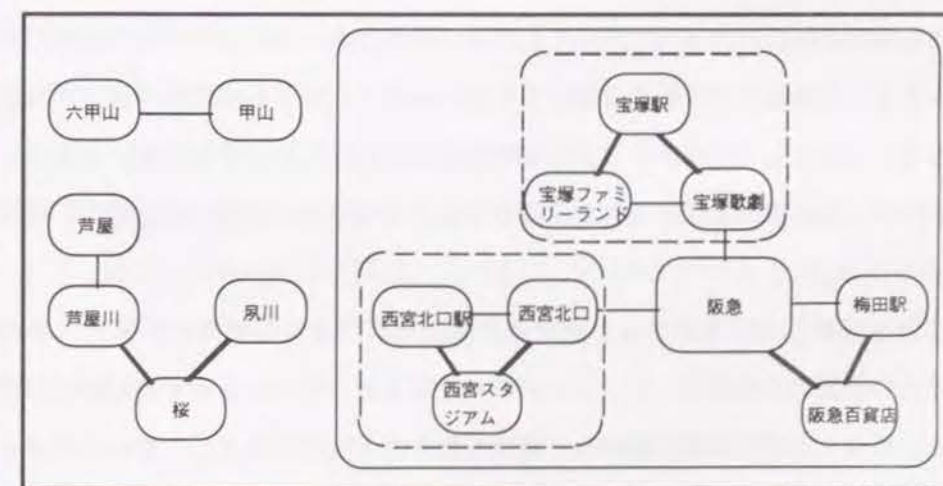


図8-2-1 阪急沿線の地域イメージ構成

イメージ評価の保全・育成を図ることが望ましい。したがって現在の地域イメージを形成している景観は保全を行う必要がある。また新たな地域整備を行う場合には、ここで見出した沿線地域イメージに対して大きなウェイトを持つ構成地物や、それから連想される構成地物を計画要素として、現在の地域イメージを育成する計画を考えることが重要である。また一般的に「やばったい」「男性的」などの評価がされている主要幹線道路などの計画を行う場合には、これと相対するイメージ評価がされている「夙川」などを計画要素として導入する工夫を行い、細心の注意を払って地域に馴染むようにすることが必要となる。

また図8-3-1からもわかるように、地域イメージの広がりには行政境界を越えて、大阪市から神戸市に至るものとなっている。しかし、阪急の沿線地域イメージの強化を考える場合、大阪―神戸を結ぶ阪神間の幹線的な高速鉄道というだけでなく、その中間においても拠点的な場の形成を行い、沿線地域イメージを代表する焦点をつくることが望まれる。また、宝塚歌劇など宝塚市の構成地物についての連想も多くあることから、阪急神戸線方向だけでなく宝塚方面との回遊性を強化することも重要なこととなる。

このような点から阪急神戸線の中間点に位置し、再開発計画がある西宮北口地区については、特急停車駅でありランドマークとしての西宮スタジアムもあることから阪神間における阪急沿線の地域イメージを代表する場となる可能性を有している。しかも西宮北口駅から分岐する今津線を通じて北に宝塚駅とも連絡している。このため西宮北口地区における再開発は、今後の阪急沿線の地域イメージ形成上も大きな意義を持つプロジェクトであるといえる。したがって阪急沿線でこれまでに蓄積されてきたモダンな生活文化の提案、歌劇やイベント、大学の集積などのストックを生かし、これらの連携と新たな生活文化の展開を行うことが望ましいと考えられる。

また西宮北口地区以外の場所においても同様の視点から、それぞれの場に対してもここで明らかとなった構成地物を計画要素として用いることにより沿線地域イメージの焦点を形成することが望ましい。これには例えば1995年4月から新たに特急停車駅となった岡本駅周辺についても、沿線地域の個性化を促進することを考える場合に焦点となる場所であると考えられる。

このような場所における駅舎など鉄道施設関係や都市施設の整備計画策定にあたっては、六甲山の眺望の確保をはじめ、その形状・色彩などについても六甲山や夙川・芦屋川あるいは、これらと連想確率で結びつく構成地物の中で計画要素として使いやすいものを用いることにより、そのイメージができるデザインが望ましい。特に色彩計画については、ビザ・チャートにより阪急沿線地域の「モダン」に対応する色には緑色などがあり、

これらを施設整備のテーマカラーにすることも考えられる。

またハード系の施設整備だけでなく、「豊かな」生活文化に関する情報の発信や、多くの個人美術館・博物館の連携ルートの開拓、さらにタカラヅカ的な切り口からのイベントなどの取り組みも沿線地域の個性化にとって必要とされる。

特に阪急沿線は、他の鉄道沿線に比べ地域の祭が乏しく、このような点からも沿線地域を横断するような新たな祭の取り組みも必要とされる。ここで祭を作り上げるためには、地域の人々の心に共通する「物語」を持つことが不可欠である。そのために、例えば沿線地域において西宮北口地区のような拠点的な場所を舞台に、歴史性の掘り起こしや地域の出来事を軸とした「物語」を見い出すことが必要となる。こうした「物語」をテーマにした祭が生まれることにより阪急の沿線地域については、現在よりもさらに良好な地域イメージを形成することが可能となるものと考えられる。

なお阪急の沿線地域イメージに関する構成要素の把握をもとに、沿線周辺や沿線外において新たに都市開発を行う場合についても、これらのイメージを形成する要素を適切に組み合わせることにより、ここでみたような阪急の沿線地域に類似した地域イメージの形成が可能となるように考えられる。したがって新たな都市開発を行う場合においても、こうした地域イメージの構造把握の結果の活用を行うことは大きな意義があるように考えられる。

(2) 近鉄沿線

① 沿線地域イメージの構造

近鉄の沿線地域における普通名詞で、他の沿線と異なり高い想起率になっているものに、「商店街」と「パチンコ」がある。近鉄の各駅前にはパチンコ店や商店街が多く、このような結果となったように思われる。

固有名詞で高い想起率となっているものは「生駒山」に続いて「近鉄」「あやめ池遊園地」「生駒山上遊園地」「奈良公園」「近鉄百貨店」「あやめ池」「生駒山からの夜景」「難波」「伊勢志摩」などである。このうち鉄道会社である近鉄の直接的な事業に関わるものとして「近鉄」「あやめ池遊園地」「生駒山上遊園地」「近鉄百貨店」があり、これが沿線イメージに大きく関係していることがわかる。一方、これらの固有名詞については、調査対象都市である東大阪市に関連するものは乏しく、ほとんどが奈良や大阪市に関連するものとなっている。これは近鉄の路線が長く、その沿線には数多くの個性ある構成地物が存在し、しかも東大阪市には近鉄沿線の中でも個性をアピールする構成地物が乏しいことが関係しているように思われる。このため東大阪市に関する固有名詞については、

想起率の高いものが出てこないように考えられる。

連想確率から、近鉄の沿線地域の広がりを見ると近鉄を軸に、大阪市の「ミナミ」、奈良市の「奈良公園」、三重県の「伊勢志摩」など広域に及ぶことがわかる。またイメージ要素連結度から、想起率と似た固有名詞が、それぞれ連想のグループの中心となっていることがわかった。連想のグループの中では「近鉄」に関連するものが最大のグループとなっている。こうした連想関係から沿線地域イメージに対して「近鉄」は大きな影響のあることがわかる。

固有名詞のイメージ評価から「生駒山」は、女性的な阪急・阪神の「六甲山」と信仰の山である南海の「高野山」の中間的なイメージと考えられる存在である。近鉄沿線で特徴的なイメージ評価を持たれているものには「ラグビー」があり、[男性的] [力強い]と考えられている。これら以外の固有名詞のイメージ評価については他の鉄道沿線地域のものと明確に異なるものに乏しく、沿線における個性化が乏しい印象を受ける。

総じて近鉄沿線の地域イメージについては[親しみやすい]と評価されている。しかし、近鉄沿線のイメージを構成する要素については、調査対象都市である東大阪市に関するものが「ラグビー」などを除くと乏しく、大阪市や奈良県、さらに三重県の伊勢志摩など広範囲にわたる固有名詞が沿線イメージに大きな影響を及ぼしている。

② 沿線地域イメージの形成方向

近鉄の沿線地域イメージは図8-2-2に示すように、東大阪市に関する構成地物はほとんど含まれず、大阪市、奈良県、三重県などのものから構成されている。広域的に構成地物が分散しているのは阪急と似ているが、沿線の中核的な都市であり、調査対象都市でもあ

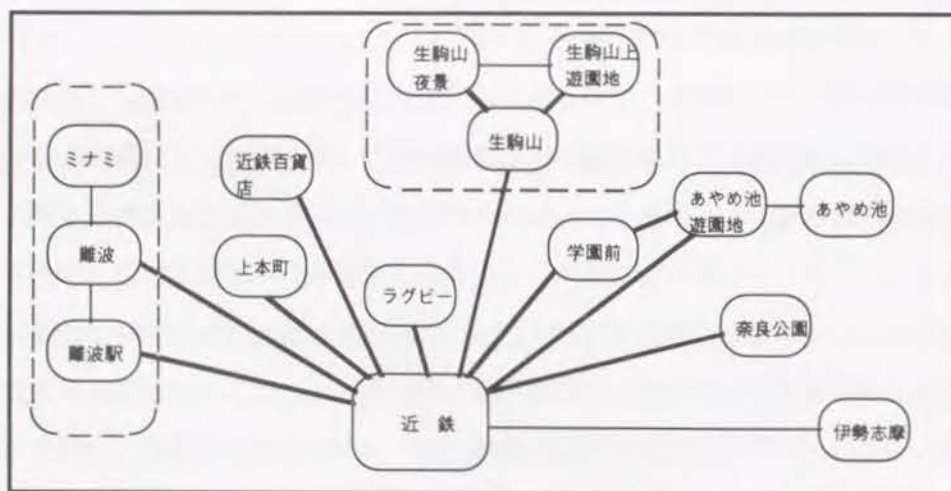


図8-2-2 近鉄沿線の地域イメージ構成

る東大阪市に関する構成地物が近鉄沿線の地域イメージの構成にほとんど関係していない。東大阪市に関連する構成地物と近鉄の沿線地域イメージの関係が小さい点については、調査回答者が東大阪市に都市の個性を感じることが少なく、そのために地域イメージを構成する要素についての回答を潜在的に避けたように考えられる。

また沿線の構成地物の多くが近鉄を中心とする連想のグループを形成し、生駒山・大阪市の難波など一部を除くと構成地物間の連想のグループも小さく、沿線地域の中核都市である東大阪市に関わる構成地物による地域イメージの焦点の形成が必要とされている。

沿線の土地利用については住宅地と商業の混合している地域とイメージされている。近鉄の沿線地域イメージについての評価はやや[にぎやか]とされている以外には特に目を引くものはない。鉄道としての近鉄についてもやや[にぎやか]及びやや[やばったい]と評価されている以外に特色ある評価がされず、阪急のように沿線に対する明確な評価はされていない。このため、やや[にぎやか]とされているイメージ評価を軸に新たな沿線地域イメージの構築を図ることが望ましいと考えられる。

こうした点を踏まえ新たな沿線地域イメージの形成を考える場合、広域的には大阪市最大の繁華街のひとつである難波・ミナミと奈良や伊勢志摩さらに京阪奈学術研究都市などとも連携し、古くから開かれた地域とこれからの未来を展望する地域との連携を行う鉄道沿線の地域として、この関係を積極的に地域づくりのコンセプトや近鉄の鉄道施設整備に生かすことが望まれる。

あるいは近鉄沿線地域のやや[にぎやか]という評価を育成するのではなく、新たな沿線地域イメージを形成することも考えられる。この場合は図8-2-2のように「近鉄」だけに連想構造が集中しすぎるのではなく大阪-奈良間の沿線地域において連想のグループの核となる場や地区、あるいは構成地物を見出し、沿線地域イメージの構造に関して重層化を図ることが、新たなイメージを形成するためにも必要とされる。この場合特に沿線の中間に位置し、現在は沿線地域イメージの構成要素が手薄な東大阪市に関する構成地物を計画要素として取り上げることが、沿線に新たな地域イメージの焦点をつくる上からも重要であると考えられる。そこで東大阪市を中心とする近鉄沿線の地域イメージ形成を考える場合には、第4章における表4-3-1、表4-3-2に示す構成地物の想起率についてコト・モノで分類した表より、「ラグビー」や「生駒山」への着目や、は表の空欄を何で埋めるのかを考えることから、沿線地域イメージ形成上の計画要素を抽出することが可能となる。

ここで東大阪市に含まれる想起率の高い構成地物として、桜の名所である「枚岡公園」やラグビーのメッカである「花園ラグビー場」、「近畿大学」などが考えられる。また

「生駒山」とそれに関連する構成地物についても、計画要素と考えることができる。これらを単体として沿線地域イメージを形成する計画要素と考えるのではなく、沿線を軸に相互にイメージの共有化が図れるような方策やイベントを展開することにより、新たな沿線地域イメージの焦点を形成することが可能となるように考えられる。

さらに沿線沿いに立地する多種多様な工場についても、これを単に製造業の場としてだけでなく、例えば東京都墨田区で取り組まれているような町工場の立地を生かして、これをものづくりの博物館として紹介するような事例²⁾があるように、このようなことも参考にして新たな名所づくりを行う視点から地域イメージの形成を考えていくことも今後の課題となる。

(3) 南海沿線

① 沿線地域イメージの構造

南海沿線における高い想起率の普通名詞には「史跡」「パチンコ」がある。南海沿線には岸和田城跡や仁徳天皇陵など多くの史跡があることと、駅前のパチンコ店が多いことからこのような結果となったものと考えられる。

想起率の高い固有名称については「高野山」「高島屋」「南海」「仁徳天皇陵」「なんばCITY」「泉北ニュータウン」「難波」「岸和田だんじり祭」「堺東」「大和川」などである。このうち鉄道会社としての南海に関連する事業は「高島屋」「南海」であり、近鉄と比べるとその数は少ない。また堺市と関係あるものには「仁徳天皇陵」「泉北ニュータウン」「堺東」「大和川」がある。

連想確率による南海沿線の地理的イメージの広がり、図8-2-3に示すように大阪市内の「難波」、堺市内の「堺東」や堺市よりさらに南部にある岸和田市に関連するものや「関西国際空港」、「高野山」など広い範囲にわたっている。ただ、南海本線については終点到る和歌山市まではイメージが広がっていない点が、他の鉄道沿線地域と異なっている。連想のグループについても高い想起率のものを中心に、いくつかのものが形成されている。この中では大阪市内の「難波」「高島屋」「なんばCITY」を中心とするミナミの繁華街の連想のグループが大きく、南海沿線の地域イメージについても、このような連想のグループの存在が影響しているように考えられる。

沿線地域イメージの評価としては、やや「情緒的」やや「やほったい」、やや「古風」と考えられている。「古風」については、沿線地域に「仁徳天皇陵」をはじめとする多くの古墳があり、古くからの信仰の山である「高野山」があるなどの歴史性に関わっていることが考えられる。「情緒的」についても岸和田市の勇壮な「だんじり祭」などが関係し

ていることから沿線地域の個性化を考える場合に重要な評価であるように考えられる。

また固有名称についてのイメージ評価によれば、「高野山」は「さびしい」「重々しい」「古風」「暗い」など信仰の山として独特のものがある。「岸和田だんじり祭」については「開放的」「にぎやか」「情緒的」「力強い」「男性的」「ホット」など非常にはっきりとしたイメージ評価がなされている。また、連想の大きなグループを形成している「難波」「なんばCITY」では「開放的」「にぎやか」「軽やか」「おしゃれ」「モダン」「明るい」等とよく似たイメージ評価がなされている。このような多様な評価となっている固有名称から沿線地域のイメージは形成されているが、南海の沿線地域イメージそのものについては、それほど他の鉄道沿線と異なっていない。

近年、南海においては高野線の名称変更問題が取りざたされているが³⁾、南海の沿線地域イメージにおける「高野山」の占める大きさを考えると、例えば「山手線」など普通名詞的なもので名称変更を行うことは避けることが望ましいと考えられる。

なお南海の調査データは関西国際空港開港直前のものであり、空港開港によって沿線地域イメージにも変化があったと考えられる。このため沿線地域イメージに対する空港開港のインパクトが安定した時期を選んで再度、南海に関する調査を行い、空港開港前後における沿線地域イメージの差を把握することにより、大規模なインフラストラクチャ投資と地域イメージの変化についての把握ができるものと考えられる。

② 沿線地域イメージの形成方向

南海の沿線地域イメージはやや「情緒的」やや「やほったい」やや「古風」と考えられ

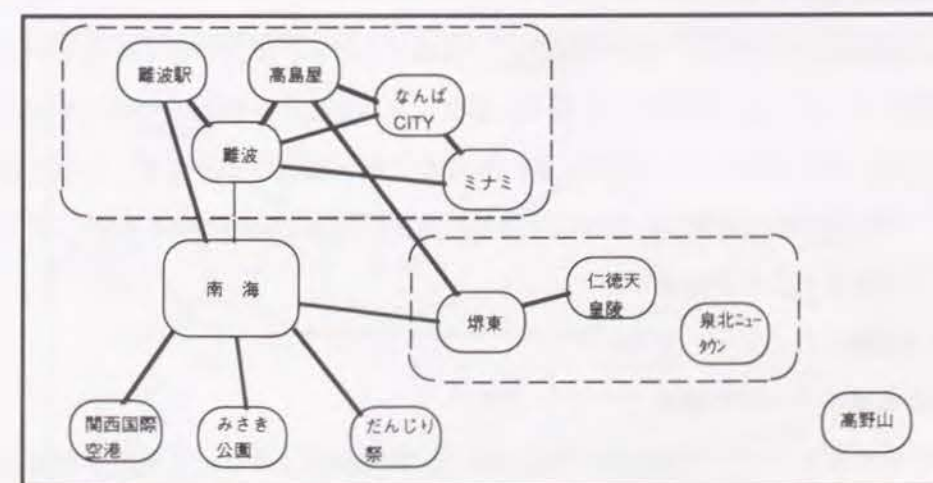


図8-2-3 南海沿線の地域イメージ構成

ている。このうち「やほったい」についてはイメージを変えることが望ましい。ここで大阪市の難波・ミナミに関する構成地物のグループについては「やほったい」の対極にある「おしゃれ」とイメージされている。したがって駅や車両などの鉄道施設の整備を行う場合については、難波・ミナミに関する構成地物の中から、計画対象について操作性の高いものを取り込んで事業化を進めることが望まれる。また今回の調査が関西国際空港開港以前であり、これ以降南海は国際空港のアクセス鉄道となり、さらに難波駅と関西国際空港を結ぶ特急の「ラピート」の導入なども行われているために、沿線地域イメージも変化しつつあるように考えられる。

また、南海の名称にも用いられている「海」についての想起率が36.6%と意外に低く、沿線地域はかつての海岸部沿いから、埋め立ての進行によって内陸部に位置しているかのようである。しかし、実際にはまだまだ海に近いところもあり、「海」と「山」との連想を沿線地域のイメージに如何に反映していくのが、今後の課題となる。

次に沿線地域の拠点である堺市については「堺東」を軸に、既に連想関係が形成されている「仁徳天皇陵」だけでなく、「泉北ニュータウン」や「浜寺」に関係するもの、或いは歴史上の人物である「与謝野晶子」などともイメージ上の連想が働くように考えることが望まれる。

さらに「岸和田だんじり祭」は、堺市を対象にした本調査でも55%と高い想起率になっている。したがって「岸和田だんじり祭」は文字どおり沿線地域を代表する祭であり、イベントであると考えられる。このように重要な地域の活動については今後も振興・保存につとめるとともに、地域計画における計画要素としての役割についても十分に認識しておく必要がある。

南海の沿線地域については、関西国際空港の関係でまだまだ変化が起こる要素があるように考えられる。このような時にこそ新しく形成された施設と沿線地域の歴史性との融合が必要となり、高野山や多くの古墳群、楠木正成など南北朝時代の出来事、さらに灯台など自由港・堺の記念物や産業、与謝野晶子などの歴史的要素を地域計画に如何に取り込んでいくのかを考えることが重要である。

(4) 京阪沿線

① 沿線地域イメージの構造

京阪の沿線地域イメージと関係する普通名詞で、他の沿線と異なって想起率が高いものに「パチンコ」と「史跡」がある。「パチンコ」は沿線に下町的な所が多く、駅前にパチンコ店が立地している場合が多くあることによるものと考えられる。これは近鉄・南海も

同様の傾向にある。「史跡」は大阪から歴史都市・京都を結ぶ鉄道沿線であることや、沿線地域は古くから交通の要衝として開けていたことから石清水八幡などがあることに関係していると考えられる。また他の沿線では高い想起率の「山」は京阪沿線では37.1%と低く、沿線に「比叡山」などがあるが、枚方市を中心とした調査であるために、ランドマーク的な山が乏しく、このような結果になったと考えられる。

想起率の高い固有名詞は「枚方菊人形」「淀川」「枚方パーク」「京阪」「松下電器」「京阪枚方市駅」「京都競馬場」「菊」「枚方」等である。これらは全て枚方市に関係するものであり、東大阪市の構成地物が出てこない近鉄とは大きく異なっている。鉄道会社としての京阪に関わる事業については「枚方菊人形」「枚方パーク」「京阪」「京阪枚方市駅」などとなっている。

連想確率から京阪の沿線地域の広がりを見ると、図8-2-4のように「琵琶湖」を含む「淀川」と大阪市の「京橋」周辺や「京都競馬場」など京都に関連するものもあるが、大部分が調査対象都市である枚方市に属するものから構成されている。これは調査対象者の56%が枚方市・交野市に居住していることにも関係があるように考えられる。ただ、同じく堺市に56%の調査対象者が居住する南海の沿線地域と比べると京阪の場合は地理的に広くイメージされていないことがわかる。

京阪の沿線地域のイメージ評価や固有名詞のイメージ評価については、「どちらでもない」というものが多く、あまり明確な評価をされてはいない。この中でやや明確なイメージ評価がされているものに「淀川」と「京阪枚方市駅」及び「国道1号」がある。「淀川」は「開放的」「力強い」、「京阪枚方市駅」は「開放的」「にぎやか」「明るい」

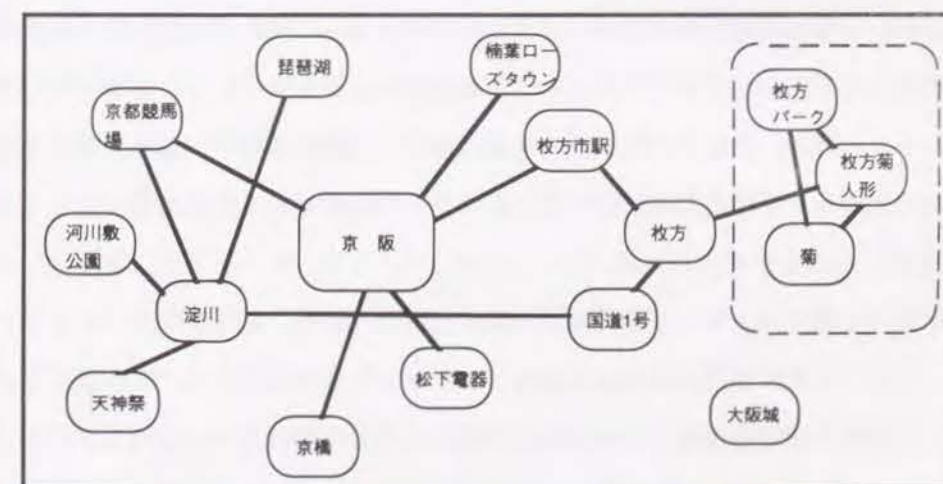


図8-2-4 京阪沿線の地域イメージ構成

と、どちらも比較的良好なものとしてイメージされ、これが京阪沿線地域のイメージ評価と関係があるように思われる。一方、枚方市内を通過する「国道1号」は「力強い」「やばったい」「男性的」とイメージ評価され、地域の人々から見れば通過交通の多い道路として地域イメージの計画を考える上で課題となることがわかる。

京阪の沿線地域イメージは、ピザ・チャートにおいて区分Iの古風に分類され、古都京都と大阪を結ぶ鉄道であると認識されているように思われる。しかし、実際に沿線地域イメージを形成している要素の多くは枚方市内に存在するものであり、特に「淀川」及び京阪のテーマパークやイベントである「枚方パーク」や「枚方菊人形」は地域イメージに大きな影響を持つことがわかった。また連想確率からは「淀川」の連想のグループと「京阪」の連想のグループの二つがあり、これらの接点はほとんど無く、相互に独立した二つの連想のグループから沿線地域イメージは形成されていることが把握できた。

② 沿線地域イメージの形成方向

京阪の沿線地域イメージの形成を考える場合、そのイメージ評価がやや「にぎやか」、やや「やばったい」という以外は、ほとんど明確な評価がなされていない点に課題がある。沿線地域の個性化を促進するような新たな地域イメージの形成が望まれる。この場合京阪は枚方市を中心とする沿線地域イメージとなっているが、この範囲を広げることにより新たな地域イメージ形成の方向性が得られるように考えられる。

鉄道としての京阪は大阪―枚方―京都―琵琶湖を結ぶ路線を持つというだけではJR京都線や阪急京都線と競合した現状と沿線地域イメージの広がりには変わらない。これに加えて、さらに鴨川に沿って京都市内北部の比叡山・鞍馬方面まで連絡ができることや、このことにより京都の文化との連携を行う鉄道であることを明確に位置づけることによる鉄道自身の個性化が望まれる。あるいは、交通軸線の強化として例えば枚方市駅から分岐する交野線の私市駅を経由して新たに京阪奈学術研究都市とも連絡を行うことにより、大阪ビジネスパーク（OBP）と京都の大学との連携に加えて京阪奈学術研究都市に形成されつつある新たな知的ストックとの連携が可能となり、その結果として沿線地域に新たなイメージが形成されることが考えられる。

また京阪の沿線地域イメージを代表する構成地物の「京阪」と「淀川」はイメージ上の連携がほとんどなく、相互に独立した連想のグループを形成している。しかし京阪はもともと淀川舟運の代替交通機関として生まれ、現在もなお路線は淀川と並行している。京阪の沿線地域の個性化を促進するためには、地域イメージについて重要な構成地物である「淀川」と「京阪」とのイメージ上の連携を図ることが必要である。したがって、「淀

川」のイメージを「京阪」に生かすために、「淀川」あるいはこれと連想確率による結びつきの大きな「河川敷公園」「天神祭」「琵琶湖」などの構成地物のイメージを駅舎や車両などの鉄道施設計画に対するデザイン反映することや、「淀川」はピザ・チャートでは区分IIIに分類されるので、その色彩イメージである赤、黄、ローズ・レッドなどを用いた色彩計画に反映することが望まれる。

次に京阪のイベントの中では1910（明治43）年に始まる「枚方菊人形」は京阪の沿線地域における代表的なものであり、毎年秋に多くの人々を集めている。ただ沿線地域イメージの新たな形成を考える場合については、「菊人形」以外の新たなイベントの展開による方法が考えられる。例えば「淀川」と、三十石船やくわんか舟など関連する歴史性を掘り起こし、新たな地域の物語の形成と、それに連携した沿線自治体共同によるイベントの開催を行うことが考えられる。

枚方市は古くからの交通の要衝であり、京阪と並行する「国道1号」では「にぎやか」「力強い」「やばったい」「男性的」などの評価がされている。これは道路が混雑していること、重量のトラックなどの交通量が多いことなどからイメージされているように考えられる。しかし、こうした評価は地域にとって歓迎されるものではない。さらに今後も第二京阪道路など主要幹線道路の整備が計画されている。そのために、これら主要幹線道路による地域イメージへの影響に対してバランスをとる関係にある公園や緑地系の構成地物の導入を図ることが望まれる。

(5) 阪神沿線

①沿線地域イメージの構造

阪神の沿線地域イメージと関係する普通名詞で、他の沿線と異なって想起率が高いものには「海」「埋立地」「高速道路」がある。阪神は臨海部に路線があり、「海」「埋立地」が沿線の地域イメージに関係している。また「高速道路」については、阪神と並行している国道43号上に高架で整備されている阪神高速道路神戸線や湾岸線のことであり、鉄道と並行している大規模な構成地物が沿線地域イメージに大きな影響を与えている事例としては、この他に既に見たように京阪の「淀川」がある。

想起率が高い固有名詞としては「阪神」「甲子園球場」「灘の生一本」「甲子園阪神パーク」「国道43号」「六甲山」「武庫川」「武庫川団地」「西宮神社」「阪神タイガース」などである。この中で鉄道会社としての阪神が携わっている事業は「阪神」「甲子園球場」「甲子園阪神パーク」「阪神タイガース」である。阪神の甲子園については、阪急の宝塚と同様、テーマパークやイベントなど阪神の事業が集中しているために沿線のイ

メージ形成に大きな役割を果たすことになっている。また高い想起率の固有名詞は京阪同様、多くが西宮市内に存在するものである。

連想確率から、阪神の沿線地域のイメージ上の広がりとは図8-2-5のように一部は大阪市や神戸市にも広がっている。しかし同じ阪神間に路線がある阪急に比べ、地理的な広がりとは狭く想起率の場合と同じく西宮市を中心としたものとなっている。これは調査対象者のうち西宮市・芦屋市の居住者が64%であり、同じく阪急の37%に比べ西宮市・芦屋市に居住する人の割合が多いことにも関係すると考えられる。また阪急よりも沿線地域の広がりが西宮市を中心とするのは、阪神は鉄道敷設以前から存在する集落を結んで沿線としたために、西宮の「西宮神社」「灘の生一本」のような固有性・歴史性のあるものが多く存在していることにもよると考えられる。さらに、阪神の鉄道経営は歴史的に「待たずに乗れる阪神電車」というように、フリークエントサービスを中心にしたものであり、阪急が大阪・神戸間を高速で結ぶことを中心に経営を行っていたことの違いも反映されているように考えられる。

連想のグループとしては「阪神」を中心とするものが最も大きく、この中に「甲子園球場」や「西宮神社」を中心とするサブ・グループが含まれている。また、これとは別に「武庫川」・「夙川」を中心とするグループや「六甲山」を中心とする自然に関するグループ、「国道43号」を中心とするグループなどがある。

阪神の沿線地域はビザ・チャートで区分Ⅱのやぼったいに分類されている。この背景には、COOL方向の「六甲山」「夙川」を除く、「武庫川」「国道43号」「甲子園阪神パーク」「西宮神社」「甲子園球場」など多くの固有名詞がWARM方向に位置していること

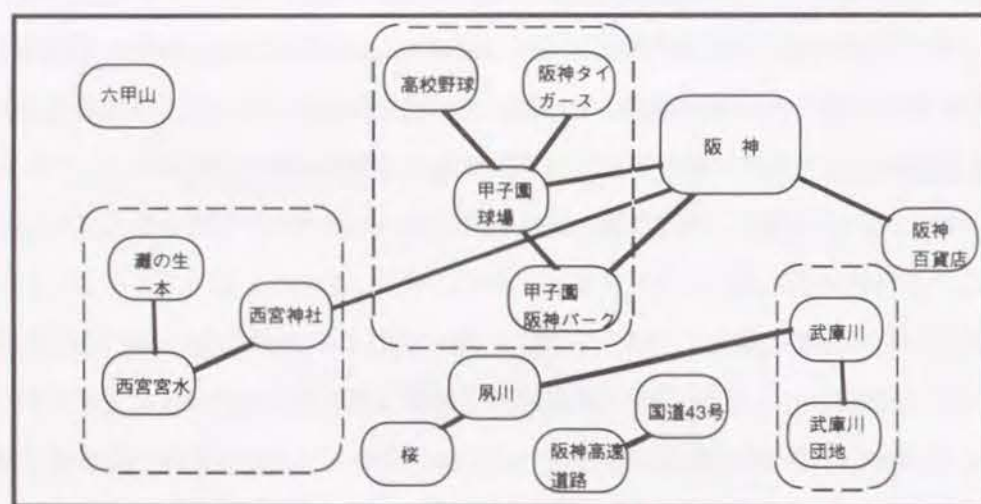


図8-2-5 阪神沿線の地域イメージ構成

がある。ここでWARM/COOLの軸に含まれる形容詞対に男性的/女性的があり、WARM方向は男性的と評価される。このように阪神の場合は男性的とイメージされる固有名詞が多くあり、女性的とイメージされている阪急と対称的である。

② 沿線地域イメージの形成方向

阪神は阪急と同じく阪神間地域に路線を持つが、その沿線地域イメージについては阪急と異なりやや「情緒的」やや「やぼったい」と評価されている。主な構成地物の中では「西宮神社」や「甲子園球場」が「情緒的」、鉄道の「阪神」と「国道43号」が「やぼったい」と評価されている。このような個々の構成地物の評価が阪神の沿線地域イメージにも影響しているように考えられる。

「情緒的」は沿線地域の個性と考えるにしても、「やぼったい」のイメージ評価は改めることが望まれる。ここで「やぼったい」の評価の対極にある「おしゃれな」については「六甲山」のイメージ評価が高い。これを計画要素として、「六甲山」がイメージできるデザインや色彩（「六甲山」はビザ・チャートのは区分Ⅵであり、その色彩イメージは淡青、青磁などである）を駅や車両などの鉄道施設に取り入れることが考えられる。また「六甲山」に着目した連想構造より、関連するものとして「神戸大学」等に着目して、これを計画要素として沿線地域のイベントなどを行うことも考えられる。

阪神の沿線地域イメージは主として西宮市内の存在する構成地物によって形成されている。阪神と並行して敷設されている阪急との違いはここにあり、これを重視することが、地域の個性化を促進するために重要となる。したがって西宮市に関する構成地物のうち、特に主要な連想のグループである「甲子園球場」を中心とする甲子園に関連するものや、「西宮神社」や「灘の生一本」のような西宮の旧市街地に関するものについては、地域のランドデザインを考える場合に、その地域の個性を形成する重要な計画要素として考えることが必要である。またこれらは歴史性の高いものが多く、建物などの施設の保存だけでなく、高校野球や西宮戎など地域を代表するイベントや祭のようなソフトな事柄についても保存・育成することが重要である。

さらに、沿線地域イメージを広げるためにも、ここで述べた構成地物を単独で計画要素とするのではなく、相互に組み合わせてことにより地域の個性化は促進されるように考えられる。

また阪神間の主要幹線道路である「国道43号」は京阪の「国道1号」と同様に「重々しい」「暗い」「男性的」とイメージされている。沿道の人々から、主要幹線道路がこのようなイメージを持たれているために、地域イメージの形成を考える場合には適切な植樹を

行うなど緑化関連の施設などのうるおいをもたらす機能の付加を行いイメージ評価上のバランスを取ることが望まれる。

(6) 各鉄道沿線に共通する地域イメージ

各鉄道沿線の地域イメージに共通する構成地物として「山」や「河川」のような自然に関連するものと、「鉄道」本体、「イベント」や「テーマパーク」、「百貨店」など各鉄道会社の事業に関するものが想起率も大きく連想の中心にもなっている。

このうち自然系の構成地物についての連想構造を見ると、直接的に鉄道及び、それと関連する事業についての連想はほとんど無く、独自の連想のグループを形成している。しかも沿線地域イメージの重要な構成要素となっている。例えば「六甲山」は阪急・阪神の想起率は87.7%、70.0%とどちらの沿線でも地域イメージを構成する重要な要素であり、これは鉄道と連想関係に乏しいことから両鉄道の沿線地域だけではなく、むしろ阪神間全体の空間に広がる地域におけるランドマークとなっていると考えられる。一方、同じ阪神間地域における自然物でも「河川」の「夙川」は阪急、「武庫川」は阪神の沿線地域イメージと関係が強く、沿線ごとの特色が出ている。このように自然物のうち広い地域全体のランドマークとなっている構成地物と、地域を限定したものの二つの種類がある。ここで広域的なイメージに関係する自然物については、沿線地域の個性化に関する計画を考えるのか、あるいはより広域的な地域イメージに関する計画を考えるのかによって計画要素としての位置づけが異なってくることに注意する必要がある。

「宝塚歌劇」「枚方菊人形」「甲子園球場」のような鉄道会社のイベントに関する事業は、沿線地域イメージを形成する上で大きな役割を果たしていることがわかった。特に阪急・京阪・阪神の事例でもわかるように、テーマパークに加えてイベントが集積することにより沿線地域イメージと強く関連づけられることになる。したがって、沿線地域イメージの形成について、沿線におけるイベントなどの事業を展開するための戦略についての示唆を得ることができた。

連想確率からは、近鉄のように調査対象都市に関する構成地物が少なく、大阪市や奈良・伊勢志摩など広域的に沿線地域が広がっている広域型のものと、京阪や阪神のように、主に調査対象都市を中心に沿線地域がイメージされている地元密着型の鉄道沿線地域イメージの二つのタイプのあることがわかった。阪急と南海は、この両者の中間のタイプにあたる。

広域型の鉄道沿線地域イメージを考える場合に、調査対象として都市を越えて沿線地域イメージの広がりがあることを十分に認識する必要がある、沿線の地域イメージが漠然と

拡散することを避けるために沿線における地域イメージのシンボルを形成することが必要となる。また地元密着型の沿線地域イメージの場合には、地域を代表する構成地物の評価が地域イメージに大きく影響する。そのため望ましい地域イメージを形成する計画を策定するためには、それぞれの構成地物の関連性や評価に充分注意することが望ましい。

各沿線地域に共通して普通名詞では「住宅地」が地域イメージと大きく関係するとなっているが、固有名詞では「住宅地」の名前は、あまり大きく出てこない。調査対象となった各都市が大阪市周辺における住宅地という側面があり、普通名詞では「住宅地」の想起率が高くなったものと考えられる。ただ、一般的に「住宅地」は地域においてゲシュタルト心理学的にいえば「地」となる傾向にある。そのために、固有名詞においては個々の住宅地の名前の想起率が高く出てこなかったものと考えられる。したがって、固有名詞の想起率は高くはないが、これら鉄道沿線地域は、基本的に「住宅地」を中心とする地域であるとイメージされていることを意識しておく必要がある。

さらに京阪の「国道1号」、阪神の「国道43号」の「やほったい」「男性的」というイメージ評価は、通過交通の多い幹線道路に対するものであると考えられる。したがって地域イメージの形成を図る場合、このような幹線道路について例えば「女性的」と評価される植樹や公園などの整備を行い、イメージ評価上のバランスを図ることが望ましいことであることがわかる。

8.3 地域の個性化とイメージの形成

8.3.1 地域イメージの形成方向

本研究では現状の鉄道沿線の地域イメージを対象としてそれを構成する主要な要素の抽出と評価の考察を行い、地域計画におけるイメージ形成に関する計画上の取り組みを通して地域の個性化の方向を示唆することを意図している。ここでは地域のまとまりの単位として鉄道の沿線地域を取り上げた。これは地域の形成・発展の歴史が類似し土地利用も沿線開発による住宅地を中心とするものであり、沿線のイベントなども共通して存在することから沿線地域イメージ間の相互比較を行うことを意図したものである。ここで沿線地域イメージを把握し、計画を考えるために構成地物に着目した方法自体は鉄道の沿線地域に限定するものではなく、様々なレベルにおける地域イメージに関する計画を考える場合にも適用ができるものである。

したがってここでは、本研究で行った鉄道の沿線地域イメージに対する考察をもとにし

て、一般的に地域イメージの形成を計画する場合についての考え方を取りまとめる。
地域イメージを考えるケースには次の3つの場合があることを第1章で示している。

①既存の地域イメージを伸ばす場合

これまで地域を支えていた良好な地域イメージの保全・育成を図ることにより地域の魅力を維持発展させることがテーマとなる。地域イメージの核となっている構成地物を抽出し、それを中心に関連する構成地物を含めて計画要素として考え、現在の地域イメージの育成を図る。例えば阪急沿線地域のような場合がこれに該当する。

②新たな地域イメージに転換することが必要な場合

現在の地域イメージから転換し新たな地域イメージの形成を行うことにより地域のポテンシャルの向上を図ることがテーマとなる。これまでの地域イメージに大きな役割を果たしていた構成地物に代わって、新たなイメージを形成することができる可能性があるものを見出しこれを計画要素とする。これには想起率に関するコト・モノ分類表の空欄やピザ・チャートを用いることになる。大気汚染などで有名になった尼崎市のような場合がこれに該当する。

③新しく地域イメージの形成を考える場合

新たな地域開発を行う場合、その地のイメージを明確にすることにより開発コンセプトやグレードの設定や価値を上げることが可能となる。この場合、該当地域と類似している地域を想定して、その地域イメージに関する構成地物のうちの何を新たな地域イメージを形成するための主要な計画要素とすることを考えることになる。郊外のニュータウン開発の場合などがこれに該当する。

このような各ケースにおいて地域イメージの形成目標を明確にし、地域の個性化を育成・促進することが必要とされる。地域イメージをもとに地域の個性化を進めるためには、大久保昌一は地域のアイデンティティ形成に関する4つの段階⁴⁾を図8-3-1(第1章の図1-1-2と同様のもの)のように示している。

本研究は地域の特徴の抽出に関する大久保の第1段階、及び地域の人々の希望・願望の集約に関する第2

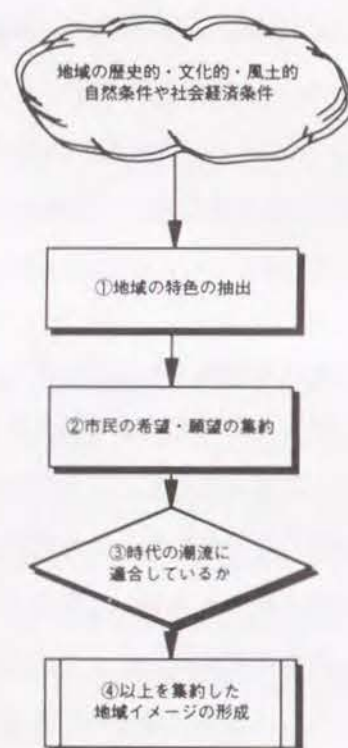


図8-3-1 大久保昌一による地域アイデンティティ形成のための4段階⁴⁾

段階の一部に相当する。すなわち、想起率により地域イメージと関係の深い構成地物を抽出し、それぞれの関係性を連想確率により把握することは大久保の第1段階に対応するものと考えられる。またSD法やLOGMAPモデルによって着目する構成地物に関するイメージ評価を考察することは第2段階の一部になるように思われる。ただSD法やLOGMAPモデルでは、調査時点における人々のイメージ評価は把握ができるものの、この方法だけでは人々の希望や願望、将来に対する期待など地域に対する思い入れを把握することにはならない。本研究における分析だけでは、人々の表面的なイメージ評価の把握に留まっているように思われる。これを打開する方策として、本研究で得られた地域イメージの構造や評価を地域の人々に開示し、望ましい地域イメージの形成方向について意見を出し合うワークショップを行うことなどにより、地域の人々の意識下に対するアプローチを考えることが必要となる。

さらに大久保の第3段階である時代の潮流に対する適合性や、第4段階におけるこれまでの各段階を集約して地域イメージの形成をまとめることについては、ここで取り扱うことができなかった。第3段階については、将来を見越して何を重視するのかであり、これは現況のイメージを考えるだけでは明らかにすることができず、今後いかなる地域にするのかについての意思を明確にすることが必要となり、ここでは検討の対象にしていない。

第4段階は、望ましい地域イメージを形成するためにとりまとめを行うことであり、次に述べる地域イメージ形成を促進させる「触媒」と関係するように考えられる。

8.3.2 地域イメージの形成を促進させる媒体

地域イメージを構成する着目すべき主要な構成地物の選定をもとに、これらの構成地物を計画要素として計画を策定することになる。この場合に構成地物を適切に組み合わせることにより、形成される地域イメージが多様な広がりを持ち、多くの人々に認知されることが望まれる。また、計画が事業化された後では望ましい地域イメージが人々の心に根付くまでの時間を短くすることが望ましい。

(1) 構成地物の意味の多様化—記号における表示義と共示義及び美的機能—

地域イメージ形成に向けて構成地物の組み合わせ方を考える場合に、構成地物を記号とみなすと地域イメージはメッセージを含む文脈＝コンテキストというように「記号論」として地域イメージと構成地物を考えることができる。

記号論においては記号には意味作用があり、記号表現と記号内容から構成されると考えられている。例えば交通信号において「緑」が記号表現、「進め」が記号内容に対応し、

信号が緑の時には進むという意味作用が成立する。これが場合によっては、記号表現と記号内容の全体が新たな記号表現となって、新たな記号内容がこれに対応することにより、一段高次のレベルの意味作用が生じることがある。

例えば英語の記号表現「rose」に対応した記号内容は「バラ」であり、通常はこのレベルで意味作用が行われ、花としての「バラ」の記号が成立している。ところがある種のコンテキスト（例えば詩）の中では花の「バラ」に付随して「愛」を表現している場合がある。ここでは「バラ」の意味作用の上にさらに「愛」の意味作用が起こっていることが考えられる。ここで第一のレベルでは記号表現としての「rose」が「バラ」という記号内容を通して花のバラの意味作用となっている。この場合の記号内容の「バラ」は表示義であるといわれる。次に「rose」と「バラ」を含む記号全体が、新たな記号表現となり、新たに「愛」という記号内容ができる。この記号内容である「愛」は共示義といわれる。表示義は記号内容の中でも最も直接的な意味であり、共示義は表示義に付随して形成される連想であるといえる⁵⁾。

構成地物に関しても例えば、「甲子園」の表示義は西宮市にある「甲子園球場」であると考えられる。これが春夏の高校野球全国大会の会場であることから、高校生の全国大会というコンテキストにおいては、「まんが甲子園」（愛称。正式名称は全国高校漫画選手権大会で、1995年は高知県で開催）⁶⁾のように実際の場所とも、また野球とも無関係に高校生の全国大会ということで「甲子園」が用いられる場合がある。

次に、記号自身の組み合わせ方によって形成されるメッセージにも通常の実用的機能と、詩や歌に代表されるような美的機能とがある。美的機能は言語に限らず衣服についても防寒などの実用的機能以外に、おしゃれなどの機能や、建築についても風雨を避ける機能以外にもデザインを優先するものがあることなど、多くの記号と考えられるものにこの機能は存在する。

このように記号として構成地物をとらえることにより、地域の個性化を促進するために表示義から共示義へと変化することによる意味作用の多様化や、構成地物の組み合わせ方により実用的機能だけでなく美的機能を目指した計画を考えることが重要となる。

(2) 反応の促進—地域イメージの触媒—

望ましい地域イメージ形成に向けて必要とされる構成地物を抽出し、その共示義や美的機能考えた組み合わせを行った場合でも、その整備効果が発現されるまでに多くの時間が必要とされることがある。したがって、望ましい地域イメージの形成を促進し反応時間を短縮する役割を果たすものが必要とされる。

地域イメージの形成までの時間を短縮する機能については化学反応において、自らは変化しないが反応を促進する機能を持つ触媒のように構成地物を結びつけ、地域イメージに形を与える機能を考えることができる。こうした「触媒」が構成地物の組み合わせによる地域イメージの形成を促進する媒体となる。これは図8-3-2にも示すように構成地物からイメージが形成されるまでには、概念に関わる意識層だけではなく無意識層への沈澱化も必要となる。この反

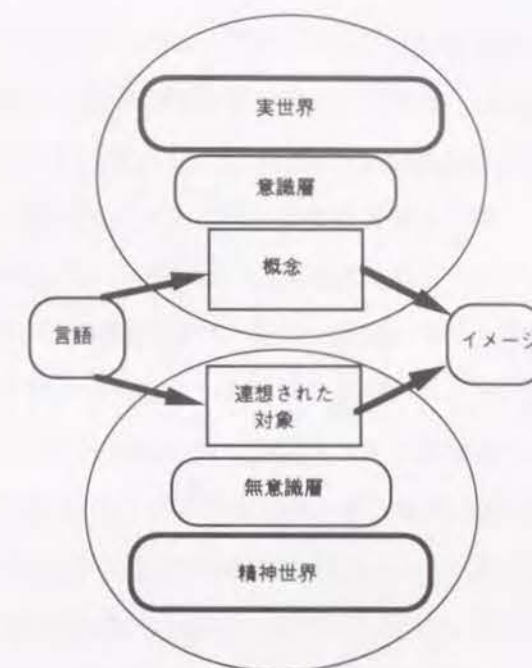


図8-3-2 構成地物とイメージ形成過程のとりえ方

応の速度を上げることにより、地域イメージの形成が促進されることになる。

精神世界とイメージの関係についてはC.G.ユング⁷⁾や河合隼雄⁸⁾の研究や、人々の集団的無意識に関する民話の分析を通して地域計画を考える竹林幹雄⁹⁾などの研究があるが、地域イメージ形成を促進する媒体としての触媒については、まだ研究の対象とはなっていないために、今後の研究課題として重要であると考えられる。ここでは、地域イメージ形成の促進を進める媒体である触媒として地域をテーマにした「物語」を考えた。

8.4 地域イメージ研究と新たなアプローチ

記号における共示義や、美的機能の発現は通常のコテキストからは展開されない。それぞれ受発信者に共通する社会的・文化的な背景を持つことと共に、何かの思い入れが必要とされる。

これを地域イメージの関連で考えると人々の地域に対する思い入れが含まれているコンテキストがある場合に、構成地物の持つ意味の多様化が行われることになる。このような地域の人々の思い入れを具体的に表現するものに「民話」がある。民話は伝承を続けるプロセスを経て地域の人々の願いなどを蓄積していくことになる。このため吉本隆明¹⁰⁾や佐佐木綱¹¹⁾らは、民話を素材として地域の人々の心像を考察しているのである。

民話は地域の人々の思い入れを表現した「物語」でもある。こうした古くから伝承される民話以外にも地域を舞台にした歴史、イベントやドラマ、絵画、音楽、映像、スポー

ツ、地名なども「物語」と考えられる。古くから伝承されているものでも、近年誕生したものでも、地域の人々の気持ちを代弁するものであれば、それは物語であるといえる。例えば地名の名付けにおいて「近江八景」¹²⁾「天の橋立」などの確かな名称を与えることにより、美的な枠組みが外在化されて、的を絞って眺めることができるようになれば¹³⁾、ここでいう物語が形成され、地域イメージも形成されると考えて差し支えない。名付けの事例のように、適切な物語の存在は構成地物に対して共示義化や美的機能の発現を促し、地域イメージの形成に関する反応速度の促進を行うことができると考えられる。

また本研究において調査に用いた構成地物（ここでは普通名詞と固有名詞）についても、調査対象者は既に調査前からそれぞれの構成地物に対してイメージを持ち、想起率や連想確率、イメージ評価に関する回答を行っていると考えられる。これも、元来はなんらかの体験、あるいは社会・文化的に共有された「物語」などを背景にして形成されたイメージにもとづく回答であり、地域や構成地物のイメージの背後に存在する物語が変化すれば、そのイメージも変化するように思われる。

したがって地域イメージの形成を促進する計画の策定においては、着目する構成地物と、それらの組み合わせに関する計画とともに、構成地物を織り込んだ物語の発掘あるいは創造についての取り組みが重要となる。この物語がメディアなどを通して広く人々に浸透して行くことにより、これが地域イメージの形成を促進する触媒として機能し、地域の個性化も促進されるように考えられる。

こうした物語を織り込むまちづくりの方法については、イベントの実施や地域をテーマにした物語の作品募集、あるいは地域に関する歴史・文化・環境を深く知るための教育などが考えられる。また公園計画などで次第に多く実施されるようになった、ワークショップ方式など市民参加型・協議型のまちづくり手法も注目される。ワークショップ方式では計画や事業に関係する人々がお互いに顔を合わせて対話をしながら計画案をまとめていくものであり、その計画過程に多くの人々が参加するために多彩なエピソードが生まれる可能性がある¹⁴⁾。筆者の経験でも、まちづくりに関心のある地元の人々の集まりにおいて、言語連想法により自分たちの地域イメージと関連する構成地物を出してもらい、それについて相互に意見を交流することを通して人々の地域や構成地物に対する思い入れが顕在化することがあった。参加者が構成地物を通して地域に対する自分の考えを語ることをきっかけとして、各人の潜在的な思い入れが明らかにされる場合があると考えられる。

これらのイベントやワークショップを通して多くの人々がまちづくりに参加でき、計画内容に対する意識の共有化もできることになり、こうした計画プロセスを通して自然に、

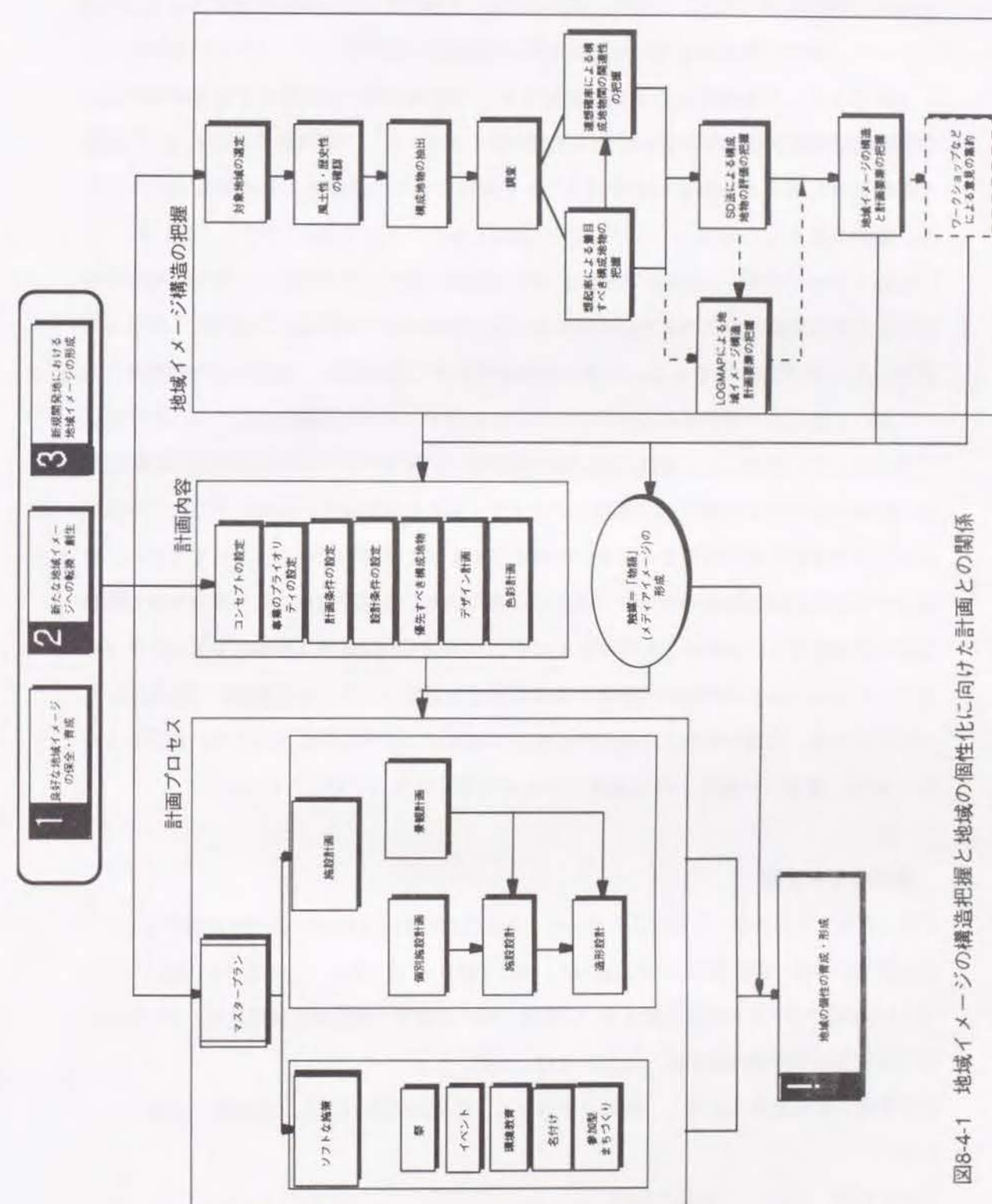


図8-4-1 地域イメージの構造把握と地域の個性化に向けた計画との関係

「物語」も生まれることが考えられる。さらに現代の都市・地域イメージの形成に関してはテレビ・雑誌などのメディアによって形成されるものが多い。そこで、ここで見いだされた物語をテーマとしてメディアにのせることができるテーマを形成することも地域イメージの形成を考えるに当たっては重要な視点となる。

このようにして地域計画の策定や実施において地域イメージの形成を促進するためには、構成地物を具体的な計画に関する重要なファクターとして取り扱うことと共に、地域や構成地物に関する物語の形成を行うことの両輪によって地域の人々の思い入れを反映し、個性を生かした地域づくりが可能となる。

地域イメージの保全、転換、新規の形成という3つのケースに対して、地域の個性を育成するための計画プロセスと本研究明らかにした地域イメージの構造把握手法との関係を整理したものが図8-4-1である。地域の個性を育成するためには、先ず本研究の各章において用いた想起率や連想確率など手法によって地域イメージの構造を把握することが必要とされる。これをもとに、当該地域に関する望ましい地域イメージを形成するために必要とされるコンセプトの設定や、事業のプライオリティや設計条件の設定、さらにデザインのコードや色彩計画の設定など計画の内容を定めることが必要となる。これをもとに、計画プロセスでは地域整備のマスタープランに基づいて、施設計画やこれを実現するための設計や景観計画などのハードに関するものと、イベントの開催や「名付け」などソフトなものがある。これらの個別の計画や事業の推進とともに、ここでは触媒・「物語」として示している、地域の個性化を時間的に促進するイメージ形成の媒体の作用が機能することにより、望ましい個性を持つ地域の形成が可能となるよう考えられる。

第8章参考文献

- 1)西井和夫・竹林幹雄・三浦啓江：イメージ分析におけるLOGMAPの適用性に関する研究，土木計画学研究・講演集No.16(1)，pp.453～460，1993。／西井和夫・土井勉・木内徹・三浦啓江：LOGMAPモデルの鉄道沿線イメージ構造分析への適用：京王線路線間比較，第30回日本都市計画学会学術研究論文集，pp.247～252，1995。など
- 2)博報堂：町の産業を見直し、新しいすみだへ，広告1992年3月4日，博報堂，pp.28～31，1992。
- 3)朝日新聞（大阪），1995年7月4日。
- 4)大久保昌一：都市とアイデンティティ，都市問題研究第45巻第3号（通巻507号），pp.3～19，都市問題研究会，1993。

5)池上嘉彦：「記号論への招待」，岩波新書，pp.120～121，1984。

6)日本経済新聞，1995年7月23日。

7)Carl G. Jung et al：Man and His Symbols，Aldus Books，1964。〔河合隼雄監訳：「人間と象徴—無意識の世界」，河出書房新社，1975。〕

8)河合隼雄：「イメージの心理学」，青土社，1991。

9)竹林幹雄・東徹・田名部淳：伝説に現れる空間把握に関する基礎的研究，日本都市計画学会学術研究論文集No.28，pp.589～594，1993。

10)吉本隆明：「共同幻想論」，角川文庫，1982。

11)佐佐木綱：民話と町づくり，高速道路と自動車第27巻第5号，pp.16～17，1984。／竹林幹雄・佐佐木綱・東徹：民話を用いた地域づくりに関する研究，土木計画学研究・講演集No.14(1)，pp.221～228，1991。など

12)中村良夫：「風景学入門」，中公新書，pp.73～78，1982。

13)斉藤潮：イメージとコトバの景観論，都市計画No.196，pp.19～23，1995。

14)計画システム研究会：「協議型まちづくり—公共・民間企業・市民のパートナーシップ&ネゴシエーション」，学芸出版社，1994。

15)西井和夫・鈴木康仁・古沢経夫：地物の類似度に着目した地域イメージ構造分析：甲府と東山梨への適用，山梨大学工学部研究報告No.42，pp.105～114，1991。

*16)土井勉：街づくり私の視点，日経流通新聞，1994年11月29日～12月13日。

（本研究の一部は、以上の*印の論文に発表されている。）

終章 結論

終章 結論

地域計画においては従来の機能を中心とする計画論理だけでなく、個性豊かな地域の形成を重視した計画策定を行うために地域イメージの構造分析を把握し、計画に結びつける道筋を明らかにする必要がある。こうした考え方を背景に、本研究では都市施設や自然物などの物的なものだけでなく、地域の歴史性や社会的・文化的な活動なども含めて地域イメージの構成要素として、地域の個性化を促進する計画のあり方を考えるために、地域イメージの構造分析を実証的に行うことを目的としている。

地域イメージの構造分析については地域比較を行うことが必要と考えられる。本研究では、類似した地域開発のプロセスを持つ、大都市から放射状に路線を持つ鉄道の沿線地域を研究の対象地域とした。

本研究で得られた主要な知見について、その要約を以下に記す。

(1) 第2章では、本研究で対象とする鉄道の沿線地域における都市開発についての歴史的な考察を行った。明治中期から後期にかけて大都市から放射状に敷設された鉄道では、会社の経営を支えるために多くの旅客需要の喚起策が実施された。観光地への誘致や遊園地等のテーマパークの開設、博覧会やスポーツ大会等のイベントの開催などとともに、沿線における定期的旅客の増加を意図して郊外住宅地の開発や学校などの誘致も積極的に行っている。特に郊外住宅地の開発は、沿線に多くの人々を集めることに寄与すると同時に、不動産事業としても会社経営を助けた。このような各種の事業を行った結果、例えば阪急の年間輸送人数は開業後25年目に当たる1935年には開業時の16倍の伸び、約6,000万人を数えることになった。当然、主要ターミナルにおける乗降客数も増加し、これらの人々にサービスを行うため駅に併設された売店や食堂も次第に成長し、ターミナル百貨店の開業が行われた。当時の百貨店は大丸、三越など呉服店から成長したものが中心であったが、鉄道経営のターミナル百貨店がここに誕生したのである。これら鉄道沿線における生活文化を支える各種の事業は、各鉄道会社の経営方針によって取り組みに違いがあり、それが各鉄道沿線における地域イメージの形成に影響を及ぼしているものと考えられる。

こうした都市開発に関する歴史的な経過を背景に、鉄道の沿線地域は地域イメージを考えるための切り口になることを明らかにした。また、この頃誕生した各種の事業は、その後も広く展開され、今日の都市開発における基本的な事業メニューが、この頃に出揃ったといえることができる。このような歴史に関する考察は地域に対する認識を深め、イメージを構成する要素を把握するためにも重要であることがわかった。

(2) 現在の鉄道沿線地域を対象として地域イメージの構造に関する調査を行った。第3章では調査の方法を述べている。調査の企画で留意した点として、各沿線地域において共通の方法で調査の実施ができ、多くの被験者からの回答を得ることがある。そのため設問

については調査結果のとりまとめや集計が自由連想法に比べて容易な制限言語連想法を用いた。ここで用いる言語は地域イメージを構成する要素という意味で構成地物と呼ぶ。構成地物の抽出については都市施設や自然物などの物的なものだけでなく、地域の歴史性や社会的・文化的な活動なども対象として多くの候補を抽出した。これを事前調査により絞り込み調査に用いた。また構成地物は実際の鉄道沿線地域に対するイメージに対応する固有名詞と、一般的な「まち」についてのイメージに対応する普通名詞の二種類を用いることにした。

(3) 第4章では調査結果より、各鉄道沿線の地域イメージに対する想起率を求めた。事前に十分な準備を行って収集した構成地物を用いて制限言語連想法によって得られた高い想起率の構成地物は、自由連想法の場合と差がないことを明らかにした。

想起率の高い普通名詞は各鉄道沿線に共通しており、「日常生活圏」に関係するものが多い。これにより一般的な「まち」のイメージに関するアーキタイプ(元型)と考えられるものを見い出すことができた。これをもとに各鉄道の沿線地域の特徴や固有性を把握することが可能となる。

想起率と構成地物の関係を物的なモノと、活動などのコトに分類・整理を行うことにより各鉄道沿線の地域イメージを特徴づける構成地物の把握を行うことができた。これより、山等の自然に関する構成地物や、鉄道本体とそれに関連するイベント等が沿線の地域イメージと大きな関係があることを明らかにした。またこのコト・モノ分類の表は地域イメージを形成する主要な構成地物を整理し、計画課題を把握する上でも有効であると考えられる。

(4) 第5章では、ある構成地物を連想する割合を連想確率と定義し、これをもとに構成地物間の関係についてのイメージマップを作成した。普通名詞では連想関係のグループ(集塊)が想起率の場合と同様に各鉄道沿線で類似しており、一般的な「地域」のイメージに関する構成地物間の連想を明らかにしたものと考えられる。これをもとに沿線の固有性の把握が可能となる。

固有名詞の連想確率から、各鉄道沿線に共通して鉄道に関連する連想のグループと、山や河川等の自然に関するグループの二つに大きく分類されることが明らかになった。こうした連想関係を分析することにより、地域イメージの計画を考える場合に、計画要素と考えた構成地物と関連する構成地物群を知ることができる。

いくつかの視点からイメージマップを作成したが、構成地物を地理的位置にもとづいて布置したものからは、各鉄道の沿線地域としてイメージされる空間的な範囲が把握できる。例えば、同じ阪神間に路線がある阪急神戸線と阪神本線におけるイメージマップから各鉄道の沿線地域とイメージされる範囲は異なっていることが明らかとなった。

なお、コトとモノとの間にも連想関係があることもわかった。

(5) 第6章では、地域イメージ及び構成地物に関する評価をSD法により把握した。この結果を用いてイメージプロフィールを作成した。普通名詞の場合には各鉄道沿線間で概ねプロフィールに差はないが、極端に差が表れるのがイベントをはじめ、山、河川などに関する固有名詞であることがわかった。

次にSD法の結果に対して因子分析を行った。これより鉄道の沿線地域イメージにおいてはHARD/SOFTとWARM/COOLの2つの因子軸があることを見い出した。この2軸上に各鉄道沿線の普通名詞と、これに意味的に対応する固有名詞(例えば、山と六甲山)の因子スコアを布置し、その2点間の距離と角度を求めた。普通名詞は一般的なイメージの評価を示し、固有名詞が地域の固有性に関するイメージ評価を示していると考え、その差より定量的に固有名詞の個性評価の方向を知ることができると考えられる。この結果を色彩計画で用いられている言語のイメージスケールを参考にして作成したピザ・チャート上に布置することにより、望ましい地域イメージを形成するために有効となる計画要素についての知見を得ることができると考えられる。

(6) 第5章、第6章では構成地物について相互の関係性とイメージ評価に関して、連想確率とSD法・因子分析による考察を行った。第7章では、構成地物間の類似性から、地域イメージの構造を把握するLOGMAPモデルについて、その手法の適用性についての確認を行った。

LOGMAPモデルの適用により構成地物の類似性を示す知覚マップを作成することができる。各鉄道沿線地域の持つイメージの多様性に応じて知覚マップ上の構成地物の分布の広がりがあることがわかった。知覚マップ上における構成地物の分布を解釈するためにSD法で用いた形容詞対による属性回帰分析を行った。これより沿線地域イメージを表わす形容詞対の把握ができる。この形容詞対軸上に構成地物を布置し、その位置より注目すべき計画要素を見いだすことができる。

ただ、LOGMAPモデルの適用を行う構成地物を入れ替えると、構成地物間の類似性が変化し、知覚マップも変化することになる。これを避けるためには、用いる構成地物を限定するプロセスについて洗練が必要とされる。また、属性回帰分析の結果からだけでは、地域イメージの評価に対する計画要素の関係を十分に説明することが難しい。これらの点からLOGMAPモデルについては、連想確率・SD法・因子分析・ピザ・チャートなどと併用して地域イメージの構造を理解するための方法であると考えられる。

(7) 第8章では、各章で考察した内容をまとめ、これらの手法をもとに地域イメージの構造把握と地域の個性化を促進する計画の策定との関係についての整理を行っている。こうした考え方をもとに、分析対象としてきた関西の主要な5私鉄の沿線地域について、地域イメージの形成方向についてのコメントをしている。また、地域イメージの形成については計画要素の抽出にもとづく空間的な計画に加えて、時間的な要素も重要であると考え

られる。これについては、地域イメージの形成を促進する触媒として「物語」の形成が重要であり、そのための研究が今後の課題と考えられることを指摘した。さらに、ここで述べた地域イメージの構造把握を行うための方法と地域計画の内容、及び計画策定のプロセスとの関係を整理し、地域の個性を育成するための考え方をとりまとめた。

以上の結論により、本研究の目的は概ね達成されたと考えられるが、この研究に基づいて地域イメージの形成を考える場合に、課題として残された点も多い。本研究を行っている中で今後の研究課題になると考えたものの概要を次に示す。

(1) ここでは地域イメージを考える単位について比較分析が行いやすいように鉄道の沿線地域としたが、本研究で取り組んだ方法は、都市や、それよりも空間的に狭い地域や地区のレベルでも適用が可能であると考えられる。したがって、広い地域から順に狭い範囲にここで用いた方法を適用し、地域イメージのきめ細かい構造把握と、イメージ形成に向けた研究の蓄積が期待される。

また、人々の地域に対する祈りや願望を把握するためには、本研究の方法で見出した主要な計画要素を人々に提示し、それについて様々な思いを語ってもらうワークショップなどの開催も地域イメージを形成するための計画策定のために望まれる。

(2) 本研究における調査では、地域イメージを考える対象地域に居住する人々を被験者としている。しかし、地域イメージを考える場合に地域外の人々の視点あるいは来訪者の持つイメージも重要であると考えられる。したがって、こうした外からの視点による地域イメージの把握や、それと居住者の持っているイメージとの比較分析を行い、計画情報の充実が望まれる。

また本研究における調査時点では南海沿線の関西国際空港は開港していなかった。そこで、開港後に再度同様の調査を南海沿線で行い、大規模な施設の整備が地域イメージにいかなる影響を及ぼしたのかを把握することも重要な課題となる。

(3) 先に構成地物のうち普通名詞の分析より、この中で想起率が高いものは一般的な「まち」に関するアーキタイプを示すことを述べた。さらに多くの研究事例を蓄積することにより「まち」のアーキタイプ像を確定していくことが必要になる。こうして、より明確になった「まち」のアーキタイプの普通名詞と、個別の各地域における普通名詞の想起率やイメージ評価の差が、その地域の固有性を示すものになると考えられる。

また、調査に用いる普通名詞についても、研究事例を積み重ねることにより、現在の121個から、さらに絞り込みができると考えられる。

構成地物の想起率を分類整理するために用いたコト・モノ分類は、重要な計画要素の把握が容易であるとともに、地域との対比も容易である。したがって分類枠を含め、より洗練された整理表をつくることは地域イメージの把握を計画に結びつけるために重要な課題

となる。

(4) 連想確率の分析では、例えば近鉄沿線の地名の「あやめ池」と「あやめ池遊園地」とは強い連想関係にあるというような結果になっているものが一部ある。これは、いわばカラスと黒い鳥との間に連想関係があることを見出したようなものであり、この情報だけでは計画情報として重要なものとは考えにくい。しかし、調査時において被験者が、この関係に連想あるいは類似していると感じることは、本研究の方法では現時点では避けにくい事柄である。したがって、ここで得た連想関係の結果にはこうしたものも含まれているということを、認識しておくことが必要である。また、今後は、調査の事例を蓄積していくことにより、設問の方法や構成地物の抽出を考えることにより、こうした結果がでることを避ける工夫や、集計・とりまとめにおいて工夫を行うことが必要となる。

(5) SD法では、固有名詞と普通名詞のイメージ評価の差を用いて、固有名詞の個性評価の把握を考えた。通常は、普通名詞が一般的なイメージ評価、固有名詞が固有性の評価を示すという考え方が成立するように思われる。しかし、例えば阪神沿線における「野球場」と「甲子園球場」との関係では個性評価に大きな値が出ていない。これは、阪神沿線の「野球場」の評価が「甲子園球場」に引きずられたものとなっているために、「甲子園球場」と「野球場」との因子スコアの距離の差があまり出なかったように考えられる。本研究では、こうした関係が含まれていることを認識して個性評価を考える必要がある。今後は、普通名詞に関する一般的イメージ評価のデータの集積、及びこれと対応する固有名詞についてデータの蓄積を行い、個性評価やピザ・チャートの洗練化を図る必要がある。

(6) LOGMAPモデルの適用については、構成地物の限定法や属性回帰について方法論として十分に確立したものとなっていない。多くの事例についてモデルの適用を行い、手法としての洗練と、計画策定プロセスにおける活用について蓄積を重ねることが望まれる。

(7) 地域イメージの形成については、計画要素の把握にもとづく計画とともに、イメージ形成に関する時間的要素も重要である。ここでは地域イメージの形成を促進する触媒として「物語」が重要であるとしたが、これについても具体的に地域イメージと「物語」の形成をテーマとした研究の蓄積を図ることが望まれる。

最後に、本研究に取り組んでいる真っ最中の1995年1月17日未明に阪神・淡路大震災が起こった。死者は6,000名を越え、建築物や都市のインフラストラクチャが倒壊するなど多大な被害を受けた。本研究の主要な研究対象地域である阪急沿線と阪神沿線がある阪神間地域も大きな被害を受けた。

現在、都市機能や住宅の復旧は徐々に進みつつあるものの、かつての都市の賑わいはまだ再生されてはいない。都市の復旧・復興については既に数多くの提言が行われ、政府をはじめ各自治体によって多くの政策が取り組まれつつある。

都市機能の再生が重要なことは論を待たない。また防災に強い都市づくりを行うことが重要であることも、これからの都市を考える場合には不可欠なことである。そして、こうした考え方に加えて人々が愛着を感じることができる地域を形成することは、これまで以上に重要となっているように思われる。本研究の結果も、こうした視点から地域の再生に少しでも寄与できればと考えるものである。

参考資料

付表 3-1 普通名詞

自然	歴史・文化	産業社会	都市施設	交通施設
1 山	21 名物	49 重化学工業	75 住宅地	100 鉄道
2 森	22 民話	50 食品業	76 公園	101 駅
3 坂	23 物語	51 交通	77 広場	102 駅前広場
4 丘	24 史跡	52 繊維工業	78 噴水	103 街路
5 谷	25 伝統的町並	53 工業	79 商店街	104 身障者用エレベーター
6 平野	26 景観	54 オフィス	80 ショッピングセンター	105 高速道路
7 盆地	27 夜景	55 企業	81 地下街	106 幹線道路
8 河川	28 名所	56 ホテル	82 歓楽街	107 放射道路
9 河原	29 神社	57 デパート	83 ビジネス街	108 ショッピング・モール
10 池	30 仏閣	58 スーパーマーケット	84 再開発	109 橋
11 海	31 教会	59 商店	85 集落	110 トンネル
12 浜	32 城	60 映画館	86 研究施設	111 表通り
13 島	33 イベント	61 料理	87 歴史的建造物	112 裏通り
14 埋立地	34 祭	62 飲食街	88 官公庁	113 駐車場
15 田畑	35 芸術	63 市場	89 現代的建造物	114 港湾
16 木	36 コンサート	64 おしゃれな街	90 行楽地	115 自動車
17 草	37 劇場	65 都会	91 リゾート	116 トラック
18 花	38 美術館	66 ブランド・ショップ	92 テーマパーク	117 オートバイ
19 滝	39 図書館	67 人ごみ	93 下水処理場	118 バス
20 ダム	40 動物園	68 看板	94 浄水場	119 自転車
	41 植物園	69 サイン	95 墓地	120 飛行機
	42 水族館	70 温泉	96 病院	121 船
	43 放送局	71 パチンコ	97 石垣	
	44 野球場	72 競馬	98 塔	
	45 運動場	73 競輪	99 ランドマーク	
	46 球技場	74 競艇		
	47 スポーツ			
	48 学校			

付表 3-2 (1) 阪急固有名詞対応表

自然	歴史・文化	産業社会	都市施設	交通施設
1 六甲山	21 外車	58 製鉄	92 六麓荘	121 阪急
2 甲山	22 細雪	59 造船	93 雲雀丘	122 J R
3 摩耶山	23 平家物語	60 酒造業	94 芦屋	123 阪神
4 ロックガーデン	24 ベルサイユのばら	61 洋菓子	95 岡本	124 六甲ライナー
5 淀川	25 西宮宮水	62 貿易	96 御影	125 能勢電鉄
6 武庫川	26 六甲からの夜景	63 外資系企業	97 甲陽園	126 ポートライナー
7 夙川	27 お初天神	64 アパレル	98 苦楽園	127 阪急梅田駅
8 芦屋川	28 西宮戎神社	65 宝塚ホテル	99 お屋敷	128 阪急西宮北口駅
9 昆陽池	29 清荒神	66 コープこうべ	100 河川敷公園	129 阪急夙川駅
10 大阪湾	30 生田神社	67 いかりスーパー	101 服部緑地	130 阪急三宮駅
11 香櫨園浜	31 夙川カトリック教会	68 ダイエー	102 芦屋海浜公園	131 阪急宝塚駅
12 打出浜	32 中山手カトリック教会	69 三番街	103 西宮北口再開発	132 身障者用エレベーター
13 ボートアイランド	33 神戸アーバンリゾート博	70 阪急百貨店	104 神戸沖空港	133 点字表示
14 松	34 神戸まつり	71 梅田ロフト	105 旧山邑邸	134 エスカレーター
15 桜	35 御堂筋パレード	72 東急ハンズ	106 旧甲子園ホテル	135 名神高速道路
16 楠	36 宝塚歌劇	73 大丸	107 雲井町・殿山町	136 阪神高速道路
17 すみれ	37 サロン文化	74 そごう	108 神戸北野町異人館	137 国道2号線
18 箕面滝	38 ちゃやまちアプローズ	75 つかしん	109 神戸南京町	138 国道43号線
19 布引滝	39 アルカイクホール	76 プティック	110 神戸元町旧居留地	139 国道171号線
20 一庫ダム	40 兵庫県立近代美術館	77 梅田	111 神戸ハーバーランド	140 山手幹線
	41 白鶴美術館	78 新地	112 六甲アイランド	141 芦有道路
	42 神戸市立王子動物園	79 十三	113 万博公園	142 トア・ロード
	43 甲子園球場	80 西宮北口	114 宝塚ファミリーランド	143 宝塚花のみち
	44 阪急西宮スタジアム	81 三宮	115 甲子園阪神パーク	144 六甲ドライブウェイ
	45 阪神タイガース	82 有馬温泉	116 神戸ポートピアランド	145 西宮ヨットハーバー
	46 テニス	83 宝塚温泉	117 ビッグマン前	146 大阪港
	47 アメリカン・フットボール	84 阪神競馬場	118 新梅田シティ	147 神戸港
	48 ヨット	85 西宮競輪	119 OPAI	148 大阪国際空港
	49 関西学院大学	86 地下街	120 ポートタワー	
	50 神戸女学院	87 有閑マダム		
	51 甲南大学	88 モダニズム		
	52 神戸大学	89 転勤族		
	53 灘・甲陽	90 ファッション		
	54 進学塾(西宮)	91 サラリーマン		
	55 近松門左衛門			
	56 小林一三			
	57 村上春樹			

付表 3-2 (2) 近鉄固有名詞対応表

自然	歴史・文化	産業社会	都市施設	交通施設
1 生駒山	19 赤福	49 柿	74 学園前	94 近鉄
2 信貴山	20 平城宮跡	50 柏原ぶどう	75 西大寺ニュータウン	95 J R
3 金剛山	21 高松塚古墳	51 柿の葉寿司	76 今井町	96 地下鉄
4 大和三山	22 生駒山からの夜景	52 ハウス食品	77 羽曳ヶ丘	97 近鉄難波駅
5 若草山	23 橿原神宮	53 コクヨ	78 関西文化学術研究都市	98 近鉄上本町駅
6 吉野山	24 伊勢神宮	54 奈良都ホテル	79 名張	99 近鉄布施駅
7 吉野川	25 石切神社	55 近鉄百貨店	80 奈良公園	100 近鉄生駒駅
8 木津川	26 春日大社	56 近鉄ハーツ	81 茶臼山公園	101 近鉄大和西大寺駅
9 富雄川	27 長谷寺	57 くいだおれ	82 枚岡公園	102 身障者用エレベーター
10 恩智川	28 法隆寺	58 ミナミ	83 久宝寺緑地	103 エスカレーター
11 大和川	29 東大寺	59 道頓堀	84 ロケット広場	104 点字表示
12 あやめ池	30 興福寺	60 虹のまち	85 天王寺ステーションビル	105 阪神高速道路
13 猿沢池	31 天理教教会	61 難波	86 長島スパーランド	106 近畿自動車道
14 烏羽	32 お水取り	62 日本橋	87 天王寺動物園	107 信貴生駒ドライブウェイ
15 伊勢志摩	33 鹿の角切り	63 上本町	88 あやめ池遊園地	108 名阪国道
16 梅	34 御堂筋パレード	64 鶴橋	89 奈良ドリームランド	109 中央大通り
17 桜	35 PLランド花火	65 阿倍野	90 生駒山上遊園地	110 内環状線
18 赤目四十八滝	36 若草山焼き	66 大和	91 鈴鹿サーキット	111 中央環状線
	37 新歌舞伎座	67 八尾	92 通天閣	112 外環状線
	38 奈良国立博物館	68 藤井寺	93 PLの塔	113 阪奈道路
	39 国立文楽劇場	69 河内長野		114 くらがり峠
	40 吉本新喜劇	70 金魚		115 戎橋
	41 近鉄劇場	71 橿原温泉		116 生駒トンネル
	42 近鉄パッセアローズ	72 湯の山温泉		117 烏羽港
	43 ラグビー	73 奈良競輪		
	44 奈良女子大			
	45 近畿大学			
	46 司馬遼太郎			
	47 志賀直哉			
	48 聖徳太子			

付表 3-2 (3) 南海固有名詞対応表

自然	歴史・文化	産業社会	都市施設	交通施設
1 高野山	21 岸和田城跡	47 クボタ	72 泉北ニュータウン	93 阪堺電軌
2 金剛山	22 和歌山城跡	48 高島屋	73 三日市	94 J R
3 葛城山	23 仁徳天皇陵	49 なんばCITY	74 狭山ニュータウン	95 泉北高速鉄道
4 犬鳴山	24 帝塚山古墳	50 南海サステナブルホテル	75 りんくうタウン	96 南海
5 紀ノ川	25 奥の院	51 くいだおれ	76 橋本林間都市	97 サザン号
6 玉川	26 慈尊院	52 かに道楽	77 帝塚山	98 高野号
7 大和川	27 真田庵	53 グリコ	78 浜寺	99 南海難波駅
8 二色の浜	28 大鳥神社	54 南街会館	79 住吉公園	100 阪神高速道路
9 浜寺	29 住吉神社	55 ミナミ	80 浜寺公園	101 阪和自動車道
10 方男波	30 今宮戎神社	56 難波	81 大仙公園	102 外環状線
11 磯の浦	31 水間観音	57 西成	82 羽衣公園	103 泉北1号線
12 加太	32 観心寺	58 堺東	83 大泉緑地	104 中央環状線
13 箱作	33 世界リゾート博	59 岸和田	84 ロケット広場	105 国道26号線
14 淡輪	34 御堂筋バレード	60 天下茶屋	85 関西国際空港	106 国道310号線
15 和歌の浦	35 堺まつり	61 河内長野	86 堺市庁舎	107 国道371号線
16 杉	36 今宮十日戎	62 泉州	87 通天閣	108 龍神ドライブウェイ
17 桜	37 岸和田だんじり祭	63 紀伊	88 大阪スカイアム	109 熊野街道
18 つつじ	38 高野山ろうそく祭	64 住之江競艇	89 ワーナーマイカルシネマ	110 高野街道
19 狭山池	39 関西サウスポーセンター	65 紡績	90 狭山遊園地	111 極楽橋
20 滝畑ダム	40 吉本新喜劇	66 自転車	91 P L ランド	112 不老橋
	41 弘法大師	67 釣りざお	92 みさき公園	113 大阪南港
	42 真田幸村	68 タマネギ		114 和歌山港
	43 徳川吉宗	69 ミカン		115 深日港
	44 与謝野晶子	70 鮎		116 佐野漁港
	45 有吉佐和子	71 高野槇の湯温泉		117 高野山桜並木
	46 大阪府立大学			

付表 3-2 (4) 京阪固有名詞対応表

自然	歴史・文化	産業社会	都市施設	交通施設
1 男山	21 宇治茶	63 伏見の銘酒	94 香里園	114 京阪
2 比叡山	22 枚方菊人形	64 松下電器	95 楠葉ローズタウン	115 J R
3 交野山	23 洞が峠の日和見	65 サンヨー	96 びわこローズタウン	116 叡山電車
4 鞍馬山	24 牛若丸と弁慶	66 任天堂	97 太陽が丘	117 地下鉄鶴見緑地線
5 淀川	25 くらわんか舟	67 ダイエー	98 祇園	118 京阪淀屋橋駅
6 大川	26 七夕	68 よみうりテレビ	99 藤ノ森青少年科学センター	119 京阪京橋駅
7 鴨川	27 祇園祭り	69 北浜証券取引所	100 大阪市大植物園	120 京阪守口市駅
8 木津川	28 葵祭り	70 ホテル京阪	101 枚方パーク	121 京阪萱島駅
9 宇治川	29 大文字送り火	71 ホテルニューオータニ	102 大阪城公園	122 京阪枚方市駅
10 寝屋川	30 天神祭り	72 京阪百貨店	103 鶴見緑地	123 京阪楠葉駅
11 天の川	31 時代祭り	73 松坂屋	104 河川敷公園	124 京阪三条駅
12 桜	32 花火大会	74 三越	105 伏見港公園	125 京阪出町柳駅
13 菊	33 御堂筋バレード	75 京阪モール	106 伏見桃山城	126 テレビカー
14 楠	34 造幣局通抜け	76 京阪ザストア	107 大阪城	127 身障者用エレベーター
15 中之島	35 石清水八幡宮	77 コムズガーデン	108 淀城跡	128 点字表示
16 琵琶湖	36 成田山不動尊	78 アトモス寝屋川	109 関西学研都市	129 エスカレーター
17 山田池	37 伏見稲荷	79 ビオルネ	110 OBP	130 阪神高速道路
18 くろんど池	38 平等院	80 くずはモール街	111 TWIN21	131 国道1号線
19 巨椋池	39 東福寺	81 大手筋商店街	112 IMP	132 外環状線
20 天ヶ瀬ダム	40 清水寺	82 淀屋橋	113 OMMビル	133 中央環状線
	41 八坂神社	83 京橋		134 御堂筋
	42 平安神宮	84 守口		135 第二京阪道路
	43 黄檗山万福寺	85 門真		136 京滋バイパス
	44 桃山御陵	86 寝屋川		137 淀屋橋
	45 いずみホール	87 枚方		138 鳥飼大橋
	46 IMPホール	88 伏見		139 枚方大橋
	47 大阪城ホール	89 宇治		140 宇治橋
	48 京都南座	90 私市		141 観月橋
	49 東洋陶磁美術館	91 京都競馬場		142 五条大橋
	50 中央公会堂	92 古川橋運転免許試験場		143 アラビヤなにな
	51 中之島図書館	93 文化住宅		144 ミシガン
	52 くずはゴルフ場			
	53 関西外大			
	54 関西医大			
	55 大阪工大			
	56 摂南大			
	57 京都教育大			
	58 龍谷大			
	59 京大			
	60 寺田屋			
	61 豊臣秀吉			
	62 筒井順慶			

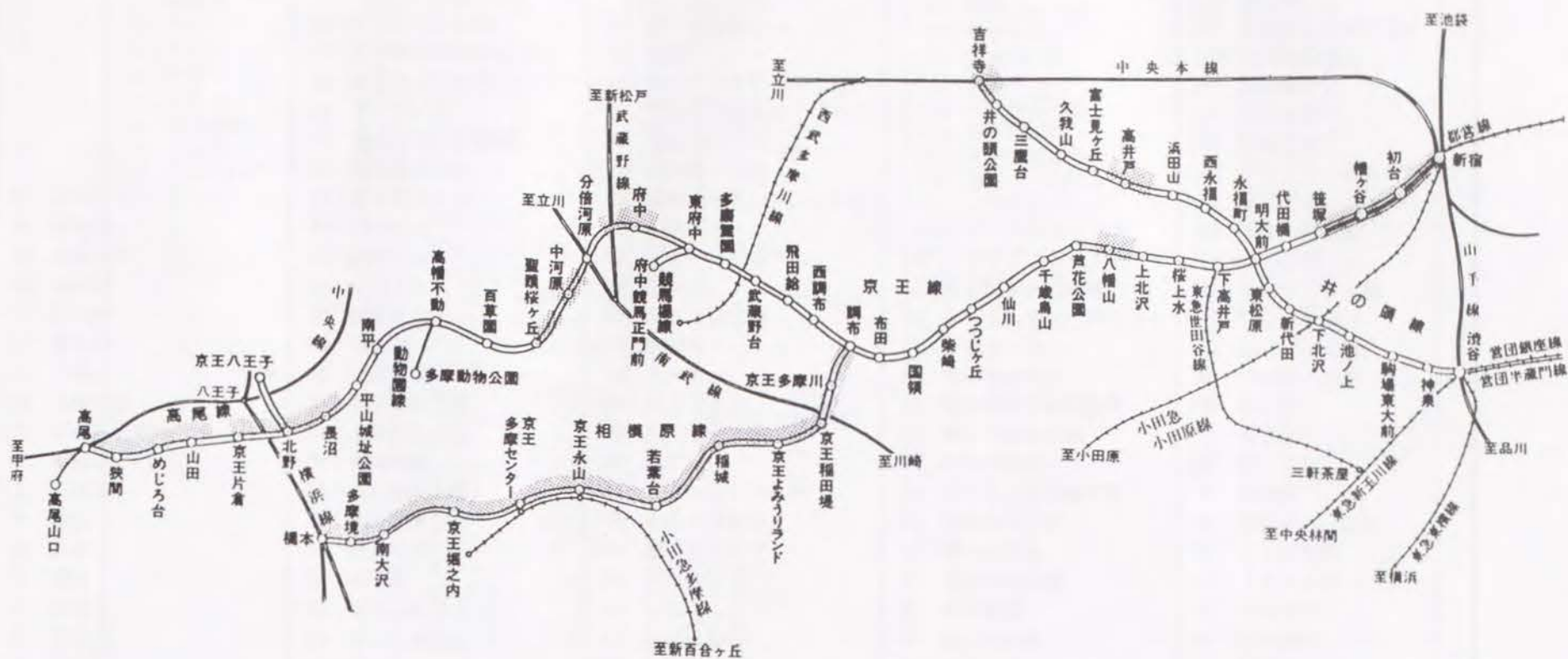
付表 3-2 (5) 阪神固有名詞対応表

自然	歴史・文化	産業社会	都市施設	交通施設
1 六甲山	19 外車	56 製鉄	92 芦屋	114 阪神
2 甲山	20 細雪	57 造船	93 甲子園 (住宅地)	115 JR
3 摩耶山	21 平家物語	58 阪神工業地帯	94 住吉	116 阪急
4 ロックガーデン	22 西宮宮水	59 灘の生一本	95 武庫川団地	117 六甲ライナー
5 淀川	23 六甲からの夜景	60 洋菓子	96 芦屋浜住宅	118 ホートライナー
6 神崎川	24 お初天神	61 貿易	97 河川敷公園	119 阪神梅田駅
7 武庫川	25 西宮戎神社	62 毎日新聞	98 芦屋海浜公園	120 阪神尼崎駅
8 夙川	26 生田神社	63 外資系企業	99 旧甲子園ホテル	121 阪神西宮駅
9 芦屋川	27 夙川カトリック教会	64 アパレル	100 堂島地下街	122 阪神甲子園駅
10 住吉川	28 中山手カトリック教会	65 ホテル阪神	101 尼崎寺内町	123 阪神芦屋駅
11 大阪湾	29 神戸まつり	66 アルカイクホテル	102 北野町異人館	124 阪神三宮駅
12 香櫨園浜	30 サンケイホール	67 甲子園都ホテル	103 神戸南京町	125 身障者用エレベーター
13 打出浜	31 アミティホール	68 ヒルトンホテル	104 元町旧居留地	126 点字表示
14 ホートアイランド	32 アルカイクホール	69 コープこうべ	105 神戸ハーバーランド	127 エスカレーター
15 松	33 ブルーノート	70 いかりスーパー	106 六甲アイランド	128 名神高速道路
16 桜	34 御影公会堂	71 ダイエー	107 甲子園阪神パーク	129 阪神高速道路
17 楠	35 芦屋市立美術館	72 阪神百貨店	108 神戸ポートピアランド	130 国道2号線
18 布引ダム	36 酒造記念館	73 ウィステ	109 新梅田シティ	131 国道43号線
	37 大谷記念美術館	74 ブランタン甲子園	110 OPA!	132 山手幹線
	38 谷崎潤一郎記念館	75 梅田ロフト	111 ポートタワー	133 トア・ロード
	39 兵庫県立近代美術館	76 東急ハンズ	112 大阪タワー	134 六甲ドライブウェイ
	40 白鶴美術館	77 大丸	113 AOIA	135 大阪港
	41 神戸市立王子動物園	78 そごう		136 神戸港
	42 甲子園球場	79 元町高架下商店街		137 青木ヨットハーバー
	43 阪神タイガース	80 プティック		138 西宮ヨットハーバー
	44 高校野球	81 梅田		139 神戸沖空港
	45 ヨット	82 尼崎		
	46 六甲カンツリーハウス	83 西宮		
	47 六甲山人工スキー場	84 三宮		
	48 まやエスポート	85 尼崎競艇		
	49 新神戸大プール	86 甲子園競輪		
	50 神戸大学	87 地下街		
	51 武庫川女子大学	88 モダニズム		
	52 兵庫医大	89 転勤族		
	53 神戸商船大学	90 ファッション		
	54 灘中・高	91 サラリーマン		
	55 近松門左衛門			

付表 3-3 京王固有名詞対応表

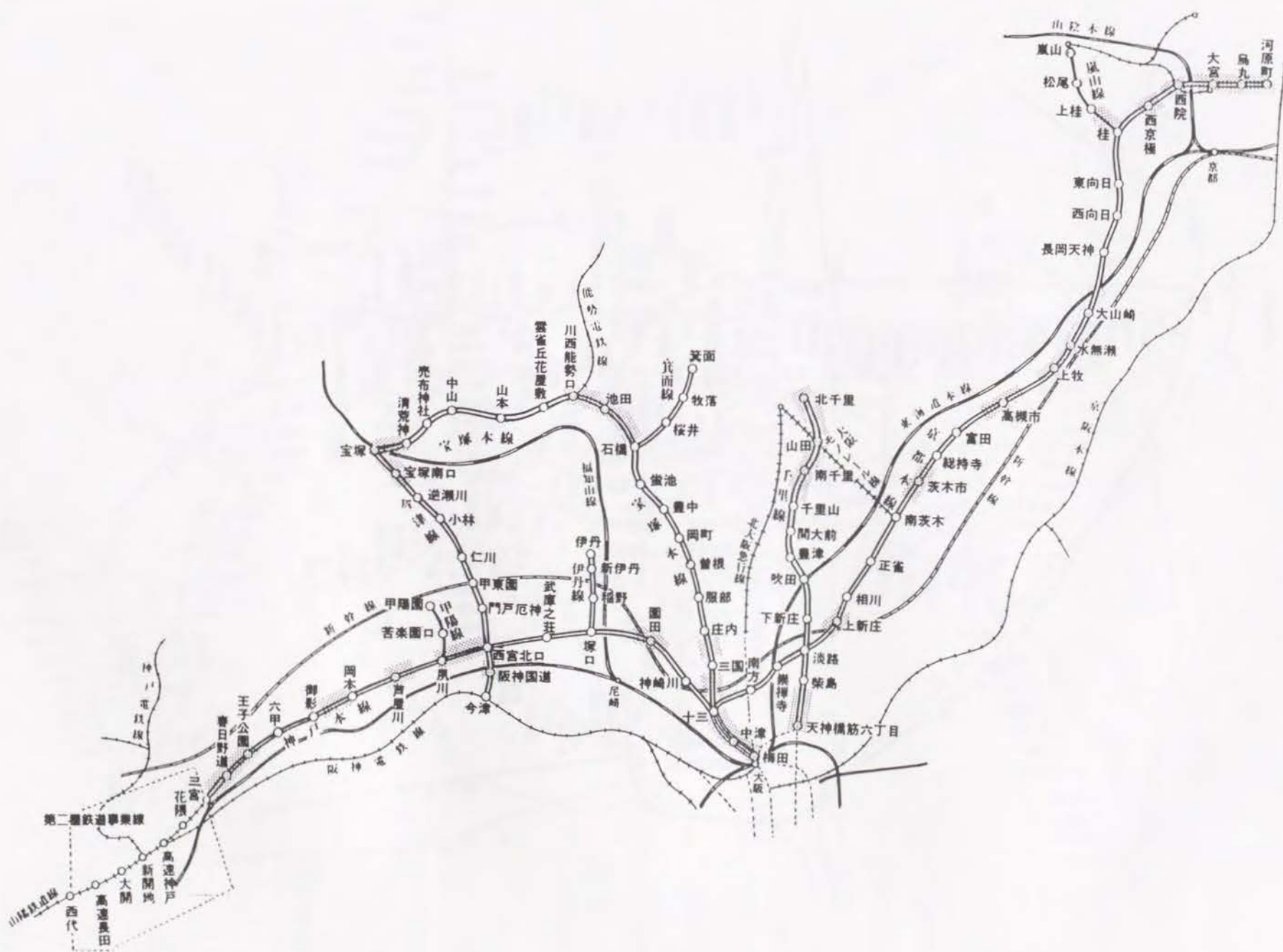
自然	歴史・文化	産業社会	都市施設	交通施設
1 高尾山	18 深大寺	41 東京都庁	64 多摩ニュータウン	79 京王線
2 陣馬山	19 大国魂神社	42 京王百貨店	65 調布飛行場	80 井の頭線
3 多摩川	20 高幡不動尊	43 そごう	66 多磨霊園	81 小田急線
4 浅川	21 薬王院	44 東京競馬場	67 府中の森公園	82 JR中央線
5 野川	22 布多天神	45 京王閣競輪場	68 桜ヶ丘公園	83 JR南武線
6 仙川	23 多摩動物公園	46 多摩川競艇場	69 多摩中央公園	84 高尾山ケーブル
7 乞田川	24 神代植物公園	47 京王プラザホテル	70 かんとう村運動広場	85 新宿駅
8 大栗川	25 多摩御陵	48 西友	71 府中刑務所	86 明大前駅
9 武蔵野台地	26 平山城址公園	49 京王モール地下街	72 桜ヶ丘記念病院	7 調布駅
10 多摩丘陵	27 武者小路実篤	50 京王ストア	73 府中運転免許試験場	88 府中駅
11 七国峠	28 京王百花苑	51 ダイエー	74 都立府中病院	89 聖蹟桜ヶ丘駅
12 鎌水峠	29 百草園	52 長崎屋	75 多摩テック	90 京王八王子駅
13 野猿峠	30 稲荷塚古墳	53 さくら食品館	76 サンリオビューロランド	91 めじろ台駅
14 御殿峠	31 中央大学	54 パルコ	77 慈恵医大第三病院	92 多摩センター駅
15 多摩川梨	32 明治大学	55 イトーヨーカドー	78 よみうりランド	93 甲州街道
16 奥多摩	33 日本大学	56 KEIO21		94 中央自動車道
17 丹沢山地	34 電気通信大学	57 聖蹟桜ヶ丘ショッピングセンター		95 鎌倉街道
	35 東京都立大学	58 NEC府中工場		96 多摩ニュータウン通り
	36 府中の森芸術劇場	59 東芝府中工場		97 北野街道
	37 くらやみ祭	60 につかつ撮影所		98 野猿街道
	38 多摩川花火大会	61 サントリービール工場		99 鶴川街道
	39 旧多摩聖蹟記念館	62 織物		100 国道16号線
	40 パルテノン多摩	63 桜ヶ丘C.C.		101 府中けやき並木通り
				102 関戸橋
				103 多摩川原橋
				104 京王線多摩川鉄橋

京王帝都電鉄：路線図

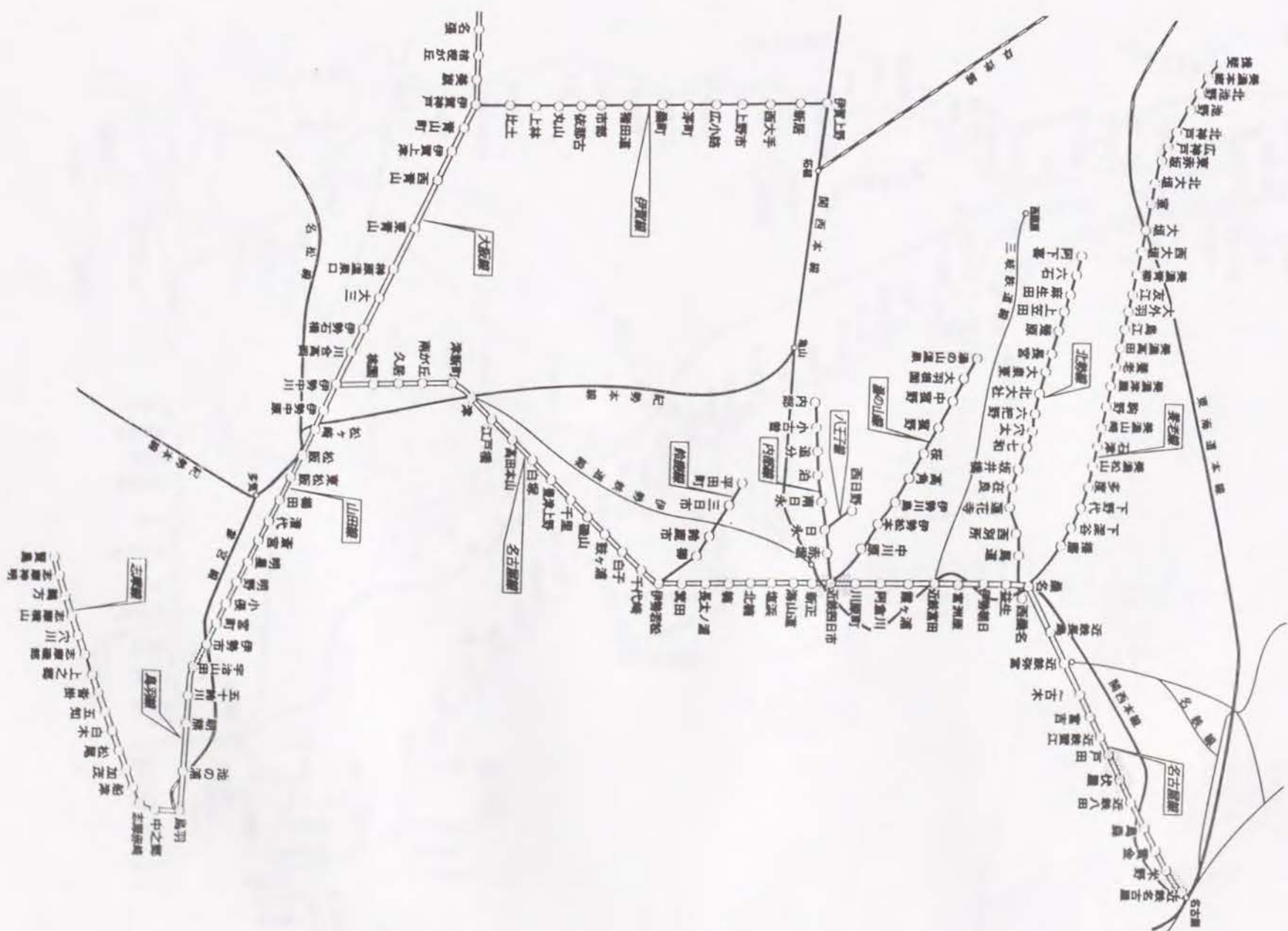


鉄道路線図は社団法人日本民営鉄道協会：「大手民鉄の素顔」，1995年より
参考—8

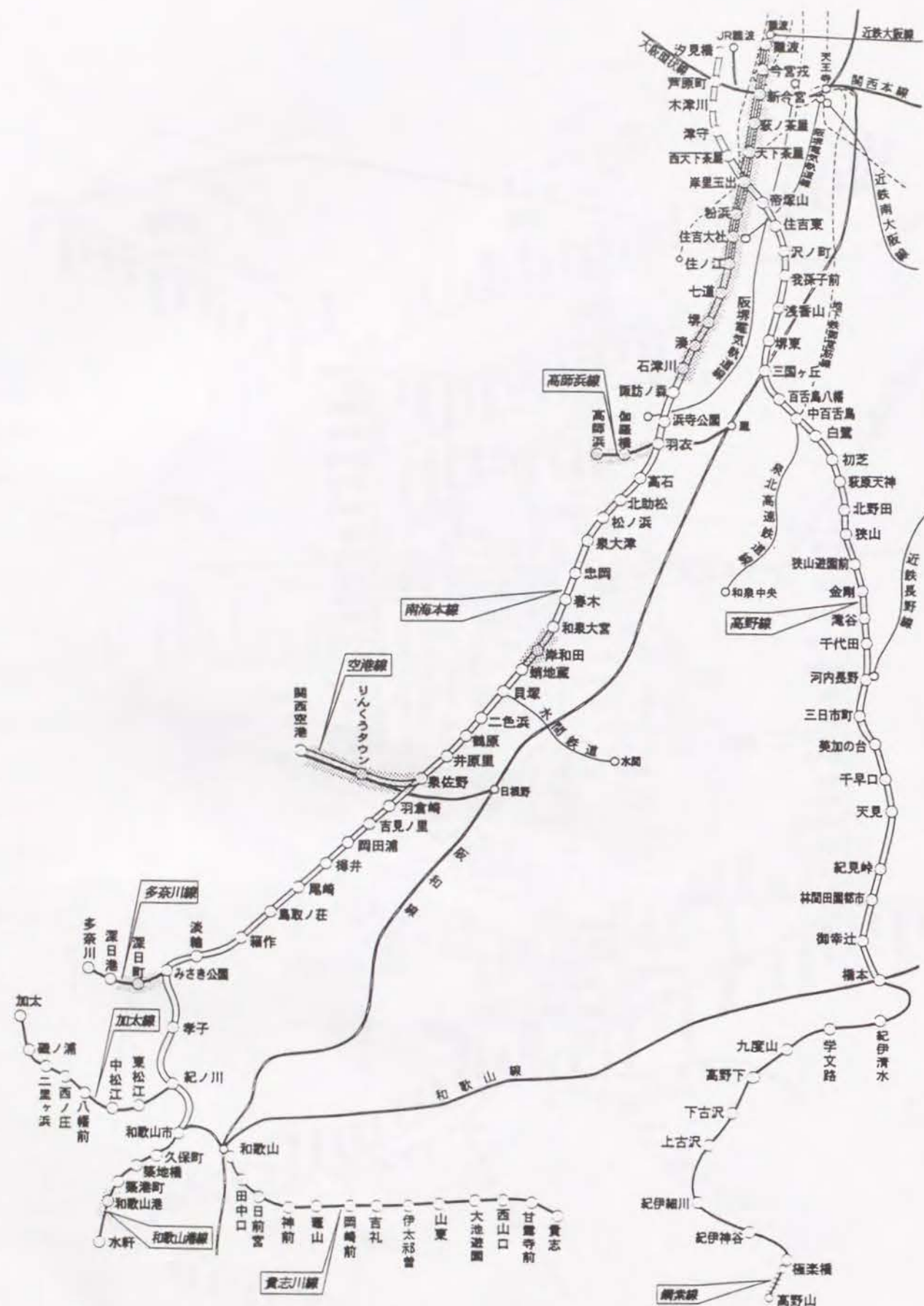
阪急電鉄：路線図



参考—9



南海電気鉄道：路線図



京阪電気鉄道：路線図

